

TARTU ÜLIKOOL
ÕIGUSTEADUSKOND
Karistusõiguse osakond

Dagmar Pasovs

***PLAIN PACKAGING* REGULATSIOONIGA SEONDUVAD ÕIGUSLIKUD
PROBLEEMID**

Magistritöö

Juhendaja:

Marianne Paimre, PhD

Tallinn

2020

SISUKORD

1. Ülemaailmne trend <i>plain packaging</i> suunas.....	8
1.1 Mis on <i>plain packaging</i> ?	8
1.2 <i>Plain packaging</i> eesmärk	9
1.3 Riiklikud algatused standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni suunas	10
1.4 Austraalia võtab vastu <i>plain packaging</i> regulatsiooni.....	11
1.5 Regulatsioon Suurbritannias	13
1.6 Regulatsioon Prantsusmaal	14
1.7 Debatt standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni ümber	16
2. <i>Plain packaging</i> regulatsiooni puudutav kohtupraktika	19
2.1 Maailma Kaubandusorganisatsiooni vaidlus <i>Austraalia versus Indoneesia</i>	19
2.1.1 Vaidluse DS467 Austraalia vs Indoneesia menetluskäik	19
2.1.2 Kaubamärgi kasutamine- kas absoluutne õigus või privileeg?	21
2.1.2.1 Kaubamärgi õigus TRIPS lepingus ja Pariisi Konventsioonis	21
2.1.2.2 TRIPS artikkel 20- kas kaubamärgi kasutamise piiramine on ebamõistlik meede?.....	23
2.1.2.3 TBT artikkel 2.2- <i>plain packaging</i> takistab kaubandust.....	26
2.2. Suurbritannia ja Prantsusmaa kohtupraktika	32
3. Standardkujundusega pakendi perspektiiv Eestis	37
3.1 Eestis kehtivad nõuded tubakapakendile.....	37
3.2 Standardkujundusega tubakapakend on efektiivne	40
3.3 Eesti tubakapoliitika suundumused	45
3.3.1 Tubakapoliitika Eestis ja statistilised näitajad.....	45
3.3.2 Kampaniate ja noorte harimine riiklikus tubakapoliitikas	46
3.3.3 Aktsiis kui tõhusam meede ja potentsiaalne salaturu elavnemine.....	48
3.3.4 Eesti tubakatoodete regulatsioon on karmistunud.....	53
3.4 Kaubamärgi kasutamise piiramine Eestis.....	57
Kokkuvõte	61
ABSTRACT	66
KASUTATUD KIRJANDUS	72
KASUTATUD ÕIGUSAKTID	79
KASUTATUD KOHTUPRAKTIKA	80

SISSEJUHATUS

Suitsetamine on maailmas jätkuvalt aktuaalne ja oluline trend, millega üritatakse võidelda nii rahvusvahelisel tasandil kui ka riigi siseselt. Suitsetamise kui terviskahjustava käitumisharjumusega võideldakse ennekõike rahvatervishoiu seisukohast, kuid sellel on ka laialdased majanduslikud kaalutlused ja oluline mõju tervishoiusüsteemi rahastamisele ning maksusüsteemile. Varajasel suremusel ja vähenenud inimkapitalil on oluline mõju nii maailma kui ka iga riigi majandusele. Globaalse uurimistöö tulemusena hinnati 2012. aastal suitsetamisega seonduvate haiguste ravi maksumuseks 422 miljardit USA dollarit, mis moodustas 5,7% globaalsest tervishoiukuludest. Suitsetamise mõju maailma majandusele, mis hõlmab nii tervishoiukulusid kui ka kaasnevat produktiivsuse langust, hinnati 2012. aastal maksva minevat 1436 miljardit USA dollarit, see moodustas 1,8% maailma sisemajanduse koguproduktist.¹ Vastukaaluks on siinkohal kohane mainida tubakatööstuse väärtust, näiteks ainuüksi 2018. aastal hinnati sigarettide jaemüügi väärtuseks 713,7 miljardit USA dollarit.²

Siinjuures on oluline märkida, et suitsetamine on ainus legaalselt kaubeldav toode, millel puudub igasugune positiivne mõju inimese tervisele ja mille kasutamise tagajärjel sureb igal aastal 8 miljonit inimest. Maailma Terviseorganisatsiooni hinnangul on umbes pooltel juhtudel resultaadiks tubakatoodete tarvitaja surm.³ Seega on suitsetamise vähendamine oluline nii riiklikust aspektist, kuid ka rahvusvahelisel tasandil eriti arvestades tänast põimunud ja globaalset maailmamajandust.

Igal aastal kulutab tubakatööstus kümneid miljardeid dollareid tubakatoodete reklaamile ja müügiesitamiseks, kuid kuna riigid on aina enam piiranud reklaami võimalusi, siis on tubakapakendist saanud oluline reklaamipind. Teaduslikud uuringud on näidanud, et tubakapakendil kujutatud kaubamärk, logo, brändi imago ja pakendi disain koos värvivaliku ning pakendi omadustega mõjutavad tarbija arusaama tubakatoodete ohtlikkusest inimese tervisele ja mõjutavad eriti noorema tarbijaskonna käitumist.⁴

¹ Goodchild, M. Nargis, N. D'Espaignet, E.D. Global economic cost of smoking-attributable diseases. Tobacco Control. Geneva. 2018, lk 1. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/27/1/58.full.pdf> (20.03.2020)

² The global cigarette industry. Campaign for Tobacco Free Kids. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/Global_Cigarette_Industry_pdf.pdf (15.04.2020)

³ Tobacco Key Facts. World Health Organisation Fact Sheet. Maailma Tervise Organisatsioon. 26 July 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco> (20.02.2020)

⁴ Smith, C.N. Kraemer, J.D. Johnson, A.C. Mays, D. Plain packaging of cigarettes: do we have sufficient evidence?. Risk Management and Healthcare Policy. Dove Press 2015. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4396458/> (18.03.2020)

Käesoleva töö eesmärgiks on uurida *plain packaging* ehk tubakatoodete standardkujundusega pakendite regulatsiooni ja hinnata antud meetme proportsionaalsust ja eesmärgipärasust tubakatoodete tarvitamisega võitluses. Maailma Terviseorganisatsioon on soovitanud standardkujundusega pakendi regulatsiooni kui hinda mitte mõjutavat meetet tubaka tarvitamisega võitluses.⁵ Aastal 2011 võttis Austraalia esimese riigina vastu standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni, kellele on järgnenud teisedki riigid nagu Prantsusmaa ja Inglismaa.⁶ Tubakatööstus on osutanud tugevat vastupanu standardkujundusega pakendi regulatsioonile ega ole alistunud ilma kohtu vaidlusteta. Prantsusmaal järgnes regulatsiooni vastu võtmisele kohtuvaidlus, mis läks välja konstitutsiooni kohtuni.⁷ Suurbritannias eelnes laialdane lobitöö enne standardkujundusega pakendi regulatsiooni, kus tubakatööstus esitas nii valeväiteid kui teisalt ka arvestatavaid argumente nagu näiteks illegaalse kaubanduse osakaalu tõusu standardkujundusega pakendi regulatsiooni tulemusel.⁸

Eesti riiklikuks eesmärgiks on vähendada 2025. aastaks igapäevasuitsetajate levimusemäära 30% võrra ehk 18%-ni ning suitsetajate levimusemäära 24%-ni.⁹ Murettekitav on fakt, et Eestis on suitsetamisega seotud surmade osakaal kogu suremusest Euroopa Liidu liikmesriikidega võrreldes suurem (vastavalt 37,6% ja 32,9%).¹⁰ Kuna meetmeid, mida antud eesmärgi saavutamiseks on võimalik kasutada on mitmeid, siis on autori arvates kohane analüüsida standardkujundusega pakendi kui ühe potentsiaalse meetme tõhustust, vaadates teiste riikide praktikat, mis lubaks mõista, kas pakendiregulatsiooni muudatust tuleks Eestis kaaluda.

Töö keskendub rahvusvahelisel tasandil ja teistes riikides aset leidnud õiguslike vaidluste analüüsile, mille eesmärk on hinnata standardkujundusega pakendite regulatsiooniga seonduvaid õiguslikke probleeme ja meetme proportsionaalsust. Selline lähenemine on valitud ennekõike tulenevalt asjaolust, et Eestis antud regulatsioon puudub, kuid võib tulla kaalutlusele tulevikus, ning teistes jurisdiktsioonides aset leidnud vaidlused aitavad paremini mõista

⁵ Smith, C.N. Kraemer, J.D. *Op, cit.*

⁶ Plain packaging of Tobacco products. Evidence, Design and Implementation. Maailma Tervise Organisatsioon. 2016, lk 7. Kättesaadav arvutivõrgus: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/207478/9789241565226_eng.pdf?sequence=1 (22.03.2020)

⁷ Japan Tobacco International and Others v. Ministry of Health (plain packaging laws). Litigation by country: France. Tobacco Control Laws veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrol.org/litigation/decisions/fr-20161223-japan-tobacco-international-an> (25.04.2020)

⁸ Plain Packaging in the UK: Tobacco Company Opposition. Tobacco Tactics veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccotactics.org/index.php/Plain_Packaging_in_the_UK:_Tobacco_Company_Opposition (27.03.2020)

⁹ Tervisedendus. Tubakatooted ja teised sarnaselt kasutatavad tooted. Sotsiaalministeeriumi veebileht 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.sm.ee/et/tervisedendus> (01.04.2020)

¹⁰ Sotsiaalministeerium. Tubakapoliitika roheline raamat. 2014, lk 8. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.sm.ee/sites/default/files/contenteditors/eesmargid_ja_tegevused/Tervis/tubakas_2014.pdf (27.03.2020)

väljakutseid olukorras, kus Eesti otsustab sarnaselt antud piiravad meetmed tubakapakenditele kehtestada.

Töö esimeseks hüpoteesiks on väide, et standardkujundusega tubakapakendi kehtestamine on proportsionaalne meede võitlemaks tubakatoodete tarvitamisega, kaaludes siinjuures üles kaubamärgi kasutamise õiguse piiramise. Töö teiseks hüpoteesiks on, et Eestis on tubakatoodete standardkujundusega pakendi kehtestamine põhjendatud ja vajalik meede. Selleks, et hinnata proportsionaalsust analüüsib töö intellektuaalse omandi piiranguid kaubamärgi õigusele, geograafilisele tähisele ja muudele elementidele, mida standardkujundusega tubakapakendi regulatsioon ette näeb. Ühtlasi vaadeldakse alternatiivseid meetmeid, mida riigid on kasutusele võtnud või võiksid jõustada standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni asemel. Eesmärgiks on vastata küsimusele, kas rahvatervishoid kaalub siin juures üles tubakatootjate õiguse kasutada disaini elemente ja kaubamärgiõigust ning kas standardkujundusega tubakapakend on oluline meede, mida riigid sh Eesti peaksid kasutama võitluses tubakatoodete tarvitamisega.

Töö temaatika aktuaalsus seisneb asjaolus, et vaatamata aastakümnete pikkusele võitlusele tubakatoodete tarvitamisega ei ole ei Eesti ega rahvusvaheline üldsus saavutanud rahuldavat tulemust ja soovitud langevat trendi. Sellest tulenevalt on riigid asunud kohaldama järjest piiravamaid meetmeid nii tubakatoodete müügile, reklaamile ja ka toodete omadustele, kuid hilisemalt järjest enam ka pakendi disainile kui olulisele reklaampinnale.

Standardkujundusega pakend ei ole hiljuti avastatud meede maailma mastaabis, vaid on õiguslikku debatti pakkunud juba rohkem kui dekaadi, kuid kitsamalt ei ole Eestis antud regulatsiooni proportsionaalsust ja õiguslikke väljakutseid analüüsitud. Varasemad teadustööd on keskendunud tubakapoliitikale üldises plaanis või kitsamalt teiste tubakatoodete piiravate meetmete õiguslikule analüüsile (nt tubakatoodetele kohaldatav aktsiis, tubakatoodete reklaam ja e-sigaretid). Teema ei ole Eestis leidnud nii spetsiifilist käsitlust ja puuduvad varasemad teadustööd, mis analüüsiksid justnimelt teiste riikide vaidlusi riigi siseselt või Austraalia puhul vaidlust Maailma Kaubandusorganisatsiooni (WTO) vastavas vahekohtus.

Sellest tulenevalt on oluline analüüsida seni aset leidnud vaidlustes esitatud argumente ja vastuvõetud regulatsioone, mõistmaks, kas tegemist on olulise regulatsiooniga, mida peaks kaaluma ka Eesti ja kui Eesti antud regulatsiooni kaaluks, milline saab olema õiguslik debatt ümber selle. Kuna Austraalias, Prantsusmaal ja teistes riikides ei nõustunud tubakatootjad regulatsioonidega hääletult ja esitasid õigusliku väljakutse regulatsiooni proportsionaalsusele ja legitiimsusele, siis on oluline mõista, kas sarnane olukord võiks realiseeruda ka Eestis.

Käesolev töö on jagatud kolme suuremasse peatükki, millest esimene peatükk annab ülevaate standardkujundusega pakendi eesmärgist ja asjakohaste välisriikide regulatsioonidest näitamaks, kuidas on standardkujundusega pakendi regulatsioon erinevates riikides vastu võetud. Ühtlasi sisaldab peatükk tubakatööstuse poolt tõstatatud vastuargumente, miks ei ole standardkujundusega pakend põhjendatud ja milliseid lisa probleeme regulatsiooni vastu võtmine endaga kaasa toob.

Teine peatükk keskendub Maailma Kaubandusorganisatsiooni vaidlusele, mis puudutas Austraalia siseriiklikku standardkujundusega pakendi regulatsiooni ja selle lubatavust WTO õigusaktide valguses. Antud kaasuse raames on analüüsitu mitmeid olulisi aspekte nagu meetme proportsionaalsus, alternatiivsed meetmed, kaubamärgi õigus kui positiivne õigus ja standardkujundusega pakendi vaba kaubandust tõkestav efekt. Sellest tulenevalt vastab kaasus paljudele küsimustele, mida vastakaid arvamusi tekitanud regulatsioon on endaga kaasa toonud. Analüüstitakse ka teisi asjakohaseid riiklikke vaidlusi, mis leidsid aset Prantsusmaal ja Suurbritannias.

Kolmas peatükk vastab küsimusele, kas Eestis on standardkujundusega pakend põhjendatud ja proportsionaalne meede. Selleks antakse ülevaade Eesti tubakapoliitika üldistest suundumustest, et mõista, kas alternatiivseid meetmeid on piisavalt kasutatud võitluses tubakatoodete tarvitamisega. Ühtlasi antakse ülevaade Eestis kehtivatest tubakapakendi nõuetest mõistmaks kui palju standardkujundusega pakendi elemente Eestis juba kasutusel on. Kaubamärgi kasutamise õigust piirav analüüs peegeldatakse läbi õiguskantsleri arvamuse, mis keskendus kaubamärgi kuvamise piirangule jaemüügi kohtades.

Antud magistritöös on kasutatud nii kirjeldavat kui analüüsivat uurimismeetodit testimaks hüpoteesi paikapidavust. Ühtlasi on kasutatud võrdlevat meetodit eririikide regulatsioonide ja analüüsitava kohtupraktika ja rahvusvaheliste vaidluste osas, mille eesmärgiks on leida paralleele esitatud argumentatsioonid, nii regulatsiooni kehtestamise osas kui ka asjakohastes vaidlustes esitatud edasiarendus proportsionaalsuse osas. Analüüsi on kaasatud riikide regulatsioonid, mis on standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni kehtestanud, kuid ühtlasi ka rahvusvahelistest konventsioonidest ja Euroopa Liidust tulevad nõuded ning võrreldud seda Eestis kehtiva tubakapakendi regulatsiooniga.

Käesolevas töös on allikmaterjalina kasutatud asjakohaseid Eesti siseriiklikke ja vastavaid välisriikide tubakatoodeteid käsitlevaid õigusakte, kuid ka rahvusvahelisi konventsioone ja Euroopa Liidu poolt kehtestatud regulatsioone. Töös on kasutatud nii inglise kui ka eesti keelset õiguskirjandust sealhulgas teadusartikleid, asjakohaseid uurimistöid ja raporteid,

kohtulahendeid ning nende kokkuvõtteid. Ühtlasi on kasutatud Maailma Kaubandusorganisatsiooni Austraalia vs Indoneesia vaidluse raporteid ja osapoolte esitatud seisukohti.

Magistritööd enim iseloomustavateks märksõnadeks on standardkujundusega tubakapakend, kaubamärgiõigus, tubakapoliitika ja rahvatervishoid.

1. Ülemaailmne trend *plain packaging* suunas

1.1 Mis on *plain packaging*?

Plain packaging ehk standardkujundusega pakend kätkeb endas tubaka pakendile esitatavaid nõudeid, mille eesmärgiks üldisemas plaanis on standardiseerida tubakapakendite disain, nendes sisalduv informatsioon ja peamiseks eesmärgiks on eemaldada elemendid, mis võiksid muuta tubakatooted ja selle pakendi tarbijale atraktiivsemaks.¹¹ Siinjuures tuleb mainida, et tegemist on laiahaardelisemate nõuetega kui hetkel Eesti tubakaseaduses on sätestatud.¹² Kui räägitakse standardkujundusega pakendile kehtestatud meetmetest, siis viidatakse väga erinevatele elementidele nagu tubakatoodete kahjulikkust illustreerivatele hoiatussiltidele, keelule lisada tekste müügiesitamiseks, pakendi standard suurusele ja paljudele teistele faktoritele. *Plain packaging* puhul on rõhk sõnal *plain* ehk siis tegemist pole lihtsalt standardiseerimisega (ka Eestis on tubakatoodete pakendid paljuski standardiseeritud), vaid lisaks on eesmärgiks eemaldada pakendilt kõik brändile omased karakteristikud ehk tagada lihtne ja silmapaistmatu disain. Eesmärgiks pole ei midagi muud kui muuta pakendi välimus võimalikult ebameeldivaks.¹³

Peaasjalikult seonduvad pakendinõuded hoiatavate tekstide ja illustreerivate piltidega, kuid *plain packaging* põhimõtted võib tuletada Maailma Terviseorganisatsiooni (WHO) tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsiooni artiklitest 11 ja 13.¹⁴ Artikkel 11, mis selgitab põhjalikumalt tubakapakendite märgistusele esitatavaid nõudeid, on lahti selgitatud Raamkonventsiooni kohaldamise juhistes kui meetmed, mis piiravad või keelustavad logode ja värvide kasutamise, brändi kujunduse ja reklaami eesmärgil teksti kasutamise. Lubatud on kasutada brändi nime ja toote nimetust, kuid see peab olema pakendil toodud standartsete nõuete järgi, mis hõlmab nii teksti kujundust kui värvi kasutust.¹⁵

¹¹ Plain packaging cigarettes. Cancer Institute New South Wales. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.cancer.nsw.gov.au/how-we-help/cancer-prevention/stopping-smoking/plain-packaging-cigarettes> (07.04.2020)

¹² Tubakaseadus.- RT I, 12.12.2018, 70.

¹³ Campaign for plain packaging. Make cigarette packs less attractive and prevent young people to take up smoking. Fondation contre de Cancer. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.cancer.be/campaign-plain-packaging> (20.04.2020)

¹⁴ Maailma Terviseorganisatsiooni (WHO) tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsioon

¹⁵ Plain Packaging. World No Tobacco Day 2016. Maailma Tervise Organisatsiooni veebileht, lk 5. Kättesaadav arvutivõrgus: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/207478/9789241565226_eng.pdf;jsessionid=55662722CF8675BF2565912E881100D4?sequence=1 (10.03.2020)

Raamkonventsiooni kohaldamise juhised arendavad edasi artikli 13 eesmärki, mis käsitleb reklaami, turundust ja sponsoreerimist. Juhiste nõuete kohaselt peab pakend olema disainitud musta ja valgega või muu kahe kontrastistuva värviga, mis on ette nähtud vastava riikliku regulatsiooniga. Ühtlasi ei tohi pakendil olla muud informatsiooni kui brändi nimi, toote nimetus ja/või tootja nimi, kontaktandmed ja toote pakendis sisalduv kogus, lubatu alla käi kaubamärgi logo või muud eristavad tunnused. Pakil on toodud tervist käsitlevad hoiatused, mis kaasnevad tubakatoodete tarvitamisega, maksumärgistused ja muu seaduse poolt ette nähtud informatsioon, mis peab olema trükitud vastava regulatsiooniga ettenähtud kirja pildis (nii kirja stiil kui ka suurus). Pakend peab vastama standardiseeritud mõõtmetele, kujule ja materjalile. Pakendil on keelatud kasutada reklaami või müügi edenemisele suunatud elemente nii pakendi peal, pakendi sees kui ka pakendi külge kinnitatult, seda ka pakendis sisalduval üksikul sigaretil või muul vastaval tubakatootel.¹⁶

Seega on eesmärgiks standardiseerida nii pakendi suurus kui ka üldine väljanägemine, eemaldades eristuvad silmapaistvad elemendid nagu kaubamärk ja logod, eristuv pakendi kujund või värvigamma, mis on peamised disaini elemendid eristamaks üht tubaka brändi teisest. Oluline koht on hoiatussiltidel ja illustreerivatel terviseohu piltidel, kuid *plain packaging* põhimõtte on siiski kaotada kõik ülaltoodud karakteristikud, millel võiks olla tarbija käitumisele ja tubakatoodete tarvitamisele kallutamiseks positiivne mõju.

1.2 *Plain packaging* eesmärk

Selleks, et mõista *plain packaging* olulisust ja teema aktuaalsust tuleb astuda samm tagasi ja vaadelda kahte olulist piirangut, mis on varasemalt seatud. Nendeks on reklaamikeeld ning vajalikkus edastada tarbijale selge sõnum tubakatoodete tervist kahjustavast mõjust. Seadusandja eesmärgiks on varasemalt keelata reklaam nii müügiesitamise kui ka toodete atraktiivsemaks muutmise eesmärgil. Reklaamikeeld on standardkujundusega pakendi eelkäijaks, kuna pakend kui toode on olnud tubakatootjatele mugavaks reklaamipinnaks. Teiseks oluliseks aspektiks on olnud vajalikkus tõsta inimeste teadlikkust tubakatoodete kahjulikkusest. *Plain packaging* on ühendanud kaks eesmärki ja teinud võimalikust reklaamipinnast tubakatoodete kahjulikkuse teavituskampaania. Ekspertide hinnangul aitab

¹⁶ Plain Packaging. World No Tobacco Day 2016. *Op. cit.*, lk 5

standardkujundusega pakend paremini tõmmata tähelepanu hoiatussiltidele, kuna eemaldatud on disain, mis muidu aitaks neutraliseerida või vähendada hoiatussiltide mõju.¹⁷

Seega saab tubaka pakendit käsitleda kui olulist ja efektiivset reklaampinda, mida saab kasutada nii müügi edendamise eesmärgil, kuid ühtlasi ka toote atraktiivsemaks ning prestiižsemaks muutmise vahendina. WHO on kirjeldanud väga illustratiivselt standardkujundusega pakendi resultaati: kui eemaldada tubakapakendilt dekoratsioonid, loosungid ja eksitavad elemendid, siis on tulemuseks mitte rohkemat kui pakk surmavat ja sõltuvust tekitavat toodet, mis põhjustab igal aastal umbkaudset kuue miljoni inimese surma ja on vastutav paljude kaasuvate haiguste põhjustajaks. Standardkujundusega pakendi eesmärgiks on seega jätta nähtavale vaid tubakatoodete reaalsus ehk tegelik kahjulik mõju.¹⁸ Reaalseks pooleks saame tituleerida asjaolu, et suitsetamisel kui tegevusel puudub positiivne aspekt ja seda ei tohiks varjutada kuldsete logode ega kõlavate loosungite taha.

Kokkuvõttes võib standardkujundusega pakendi eesmärgiks lugeda neli järgnevat aspekti: muuta tubakatooted vähem atraktiivseks; elimineerida reklaami ja müügiedendamise efekt läbi pakendi; tõsta tarbija teadlikkust tubakatoodete tervist kahjustavatest aspektidest läbi suurte hoiatussiltide pakendil ning elimineerida disaini elemendid ja tehniline lahendus, mis tekitavad arusaama, et osa tubakatooteid on vähem kahjulikud kui teised.¹⁹

1.3 Riiklikud algatused standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni suunas

Täna on standardkujundusega pakendi regulatsioon jõustunud mitmes riigis. Esimesena võttis regulatsiooni vastu Austraalia 2011. aastal (seadus jõustus 2012. aastal), kellele järgnesid Prantsusmaa, Suurbritannia ja Iirimaa aastal 2016 ning Uus-Meremaa aastal 2018.²⁰ Neile lisaks saab nimetada veel näiteks Kanadat, Taid, Norrat ja Saudi- Araabiat.²¹ Mitmed riigid on

¹⁷ Scollo, M.M. Greenhalgh, E.M. Plain packaging as a solution to the misleading and promotional power of packaging. Tobacco in Australia: Facts and issues. Melbourne: Cancer Council Victoria, 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccoinaustralia.org.au/chapter-11-advertising/indepth-11a-packaging-as-promotion/11a-1-plain-packaging-as-a-solution> (10.04.2020)

¹⁸ Plain Packaging. Maailma Tervise Organisatsiooni veebileht. World No Tobacco Day 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/207478/9789241565226_eng.pdf;jsessionid=55662722CF8675BF2565912E881100D4?sequence=1 (10.03.2020)

¹⁹ Plain packaging. World No Tobacco Day 2019. *Op. cit.*

²⁰ V, Vara. The top countries demanding plain cigarette packaging. Packaging Gateway, 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.packaging-gateway.com/features/top-countries-demanding-plain-packaging-cigarette/> (18.03.2020)

²¹ Standardised or plain tobacco packaging. International Developments. Tobacco Free Kids veebileht. Viimati uuendatud 10.02.2020, lk 2. Kättesaadav arvutivõrgus:

ametlikult kaalunud antud regulatsiooni kehtestamist ja mitmed valitsused üle maailma on esitanud eelnõud, et antud regulatsioon ka reaalselt jõustada. Ukrainas esitati 2020. aasta jaanuaris vastav seaduseelnõu²² ja Rootsis kaaluti regulatsiooni ning kuigi sisuliselt oli komitee nõus soovituslikus raportis tooduga, siis sisaldas see endas ka konflikti Rootsi konstitutsiooniga ja sellest tulenevalt antud hetkel koheselt edasi ei saadud liikuda.²³

Lõuna-Aafrika Vabariigis on antud eelnõu menetlus käimas, kuid on aega võtnud aastaid. Menetlusse on kaasatud ka huvigrupid, kuid valitsus ei ole võtnud selgeid samme, et regulatsiooni jõustamisega lõpuni jõuda ja toimub pikale veninud debatt.²⁴ Taani valitsus võttis 2019. aastal vastu riikliku tubakapoliitika tegevuskava, mis hõlmab endas ka standardkujundusega pakendi regulatsiooni, mis on mõeldud nii tubakatoodetele kui ka e-sigarettidele. Ungaris on vastu võetud regulatsioon, mis sisaldab endast ka standardkujundusega pakendit, mis pidi esmalt jõustuma 2019. aastal, kuid lükati edasi aastasse 2022.²⁵

Ülaltoodud algatused ei ole ammendav list maailma riikidest, kus eelnõu menetlus toimub ja ühtlasi on mitmeid riike, kus on varasemalt toimunud debatt või toimub ka käesoleval hetkel, kuid seda mitte seaduseelnõu menetluse etapis. Õigustatud on küsimus, kuna jõuab antud trend ka Eestisse seadusmuudatuse ettepaneku näol. Vaadates asjaolu kui erinevate taustadega ja geograafilise asukohaga riigid on standardkujundusega pakendi regulatsiooni kaalunud, siis on väga tõenäoline, et küsimus tõusetub lähiaastatel. Järgnevates alapeatükkides on toodud teiste riikide regulatsioonide näiteid, milliseid piiranguid ja ettekirjutisi standardkujundusega pakendi regulatsioonid endas sisaldavad.

1.4 Austraalia võtab vastu *plain packaging* regulatsiooni

Austraalias jõustus 01.12.2012 *plain packaging* regulatsioon *Tobacco Plain Packaging Act 2011*.²⁶ Austraalias jõustunud seaduse kohaselt nähti ette tubakapakendite standardiseerimine kujul, millega keelati logod, brändiga seonduvad kujundid, sümbolid ja teised kujundid, värvid

https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/standardized_packaging_developments_en.pdf (03.02.2020)

²² Standardised or plain tobacco packaging. International Developments. *Op. cit*, lk 3

²³ Standardised or plain tobacco packaging. International Developments. *Op. cit*, lk 4

²⁴ South Africa- Country Profile. Tobacco Tactics veebileht. Viimati uuendatud 05.02.2020. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccotactics.org/index.php?title=South_Africa- Country_Profile (04.04.2020)

²⁵ Standardised or plain tobacco packaging. International Developments. *Op. cit*, lk 4

²⁶ Tobacco Plain Packaging Act 2011 <https://www.legislation.gov.au/Details/C2011A00148>

ja tekst, mis on mõeldud müügiesitamiseks. Standardiseeriti ka pakendi formaat, mille alla käis nii pakendi kuju kui ka värvilahendus. Tubakatoodetel on lubatud kasutada tootenimetust ja brändi nimetust, mis peab olema pakile trükitud seadusega ette nähtud standardses suuruses, kirjastiilis, kasutades ettenähtud värvilahendust ja stiili. Teiste asjakohaste tubakaregulatsioonidega nähakse ette ka graafilised terviseohu hoiatussildid, mis sisaldavad hoiatavat teksti ja ühtlasi pilti, mis peavad katma 75% pakendi esiküljest ja 90% tagumisest küljest.²⁷ Ette on nähtud neliteist erinevat pilti, mida pakenditel kasutatakse ja siinjuures peab olema tagatud piltide varieeruvus ja vahelduv kasutamine.²⁸

Regulatsioonis on eraldi välja toodud, et pakendite puhul on keelatud nn aknad ehk läbipaistev osa, kust pakendi sisu oleks nähtav.²⁹ Pakend peab olema tume pruuni värvi (tuntud kui Pantone 448C) ja pakendi sisu peab olema valge.³⁰

Regulatsiooni artikkel 2.4.2 näeb ette kindla formaadi, kuidas brändi- äri- või ettevõtte nimi peab pakendil olema trükitud. Toodud on nii konkreetne värv kui maksimaalne kirjasuurus, kleebitava sildi puhul näeb seadus ette, et brändi nime ei või trükkida suuremalt kui tarvis on, et nimi oleks esitatud arvestades mõistlikkuse põhimõtet ja maksimaalselt lubatavat suurust.³¹ Brändi nime on lubatud pakendil kujutada esiküljel ja ühtlasi pakendi ülemisel ja alumisel väikesel pinnal.³²

Pakend peab olema jäigast materjalist ja keelatud on igasugused dekoratsioonid, külge kleebitud ilustused, pind peab olema tasane ja ilma eristatava struktuurita. Pakendile peab olema lisatud ka suitsetamisest loobumise nõustamise telefoni number.³³

²⁷ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. McCabe Centre for Law and Cancer, November 2018, lk 2. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://untobaccocontrol.org/kh/legal-challenges/wp-content/uploads/sites/7/2018/11/McCabe-Centre-paper-on-WTO-plain-packaging-panel-report.pdf> (28.02.2020)

²⁸ Scollo, M. Lindorff, K. Coomber, K. Bayly, M. Wakefield, M. Standardised packaging and new enlarged graphic health warnings for tobacco products in Australia—legislative requirements and implementation of the Tobacco Plain Packaging Act 2011 and the Competition and Consumer (Tobacco) Information Standard, 2011. Tobacco Control, 2015, Vol 24. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii9 (23.03.2020)

²⁹ Tobacco Plain Packaging Regulations 2011. Select Legislative Instrument No. 263, 2011. Compilation No 3. 8.12.2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.legislation.gov.au/Details/F2018C00935> (23.03.2020)

³⁰ Tobacco Plain Packaging Regulations 2011. *Op, cit.*

³¹ Tobacco Plain Packaging Regulations 2011. *Op, cit.*

³² Scollo, M. Lindorff, K. *Op, cit.*

³³ Scollo, M. Lindorff, K. *Op, cit.*

1.5 Regulatsioon Suurbritannias

Suurbritannias jõustus uus seadus *The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015* mais 2016, mis nägi ette tubakatoodete standardkujundusega tubakapakendid. Siiski anti ülemineku ajaks üks aasta, et jaeketid saaksid müüa olemasolevaid tooteid, mis nõuetele veel ei vastanud. Ülemineku ajal ei olnud enam lubatud uute mitte vastavate tubakatoodete import või tootmine kui pakend ei vastanud Suurbritannias turustamise nõuetele.³⁴

Pakendile esitatavad nõuded näevad ette kindla värvi, milleks on lihtne tume pruun (Pantone 448C) koos mati viimistlusega. Seega on värvilahendus sama nagu Austraalias. Pakendi sisemuses on lubatud kasutada sama pruuni värvilahendust või valget värvi³⁵ ja sama kehtib ka keeratavale tubakale.³⁶ Pakk peab olema standardformaadis, milleks on ette nähtud risküliku pinna laotus, siinjuures on lubatud kumerad servad. Pakend peab olema kartongist või pehmest materjalist, millele ei ole lubatud erikujulist tekstuuri ega kohrutavat pinnast.³⁷ Pakendile peavad olema kantud kõik nõutavad terviseohu hoiatussildid ja maksumärk.³⁸

Hoiatussildid peavad katma pakendi esi- ja tagakülje pinnast 65%. Sarnaselt Eestis kehtiva seadusega on nähtud ette tervisohu hoiatussiltide minimaalne suurus ja kindlaks määratud konkreetne paigutus.³⁹ Eesti ja Suurbritannia nõuded pakendi formaadile osas, mis puudutab hoiatussilte on suuresti sarnane, kuna aluseks on võetud Tubakadirektiivi nõuded.

Nii nagu Austraalias keelustas ka Suurbritannia kaubamärgi kasutamise muus formaadis kui seadusega ette nähtud. Regulatsiooni Lisa 1 näeb ette kindla formaadi, kuidas brändi nimi peab pakendile olema kantud, mis hõlmab endas nii kirja suurust, kirjastiili, paiknemist ja värvilahendust koos mati viimistlusega. Brändi nime on lubatud kujutada pakendil kolmes kohas: kõige suuremal pinnal, kõige väiksemal pinnal ja teisel kõige väiksemal pinnal. Brändi nime all on mõeldud ka erinevaid variatsioone nimest.⁴⁰

³⁴Tobacco Packaging Guidance. Guidance for retailers, manufacturers and distributors of tobacco products, enforcement agencies and the public on changes to tobacco packaging from 20 May 2016. UK Department of Health, March 2017, lk 6. Kättesaadav arvutivõrgus: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/596139/Tobacco_Packaging_Guidance.pdf (17.04.2020)

³⁵ The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2015/829/contents> (23.04.2020)

³⁶ The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015. *Op. cit.*

³⁷ The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015. *Op. cit.*

³⁸ Tobacco Packaging Guidance. *Op. cit.*, lk 9

³⁹ Tobacco Packaging Guidance. *Op. cit.*, lk 12

⁴⁰ The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015. Schedule 1. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.legislation.gov.uk/ukxi/2015/829/schedule/1/made> (21.04.2020)

Suurbritannia on vastava regulatsiooni artikliga 13 käsitletud ka kaubamärgi kasutamise õigusega seonduvat täpsemalt, mille kohaselt ei ole regulatsioon takistuseks kaubamärgi registreerimisele ega muuda kaubamärki kehtetuks.⁴¹

Vaadates Suurbritannia regulatsiooni, siis on tegemist sarnase lähenemisega nagu Austraalias, kus keelatud on kõik elemendid tubakatoodete pakendil, mis hõlmavad endas ka kaubamärgi kasutamise piirangut, millest on saanud üks enam vaieldud standardkujundusega pakendi elemente.

1.6 Regulatsioon Prantsusmaal

Prantsusmaal oli esimene katse tutvustada standardkujundusega pakendit 2010. aastal, kuid antud eelnõu lükati tagasi.⁴² Aastal 2016 võeti vastu *Administrative Order of March 21, 2016* riikliku rahvatervise kaitse seaduse raames, mis nägi ette ka standardkujundusega tubakapakendi. Uue seadusega nähti ette standardkujundusega pakend kõikidele tubakapakenditele, kaasaarvatud keeratava tubaka pakendile. Sarnaselt Austraalia ja Suurbritanniaga peavad kõik tubakapakendid olema standardsetes mõõtmetes, kujuga ja värvilahendusega. Kogu pakendil toodud informatsiooni jaoks on ette nähtud kindel koht ja kirjaformaad, kuidas vajalik informatsioon peab pakendile olema kantud.⁴³ Standardkujunduse pakendi regulatsiooni artikkel 1 (a) näeb sarnaselt teiste riikidega ette pakendi värviks Pantone 448C ehk pruun koos mati viimistlusega.⁴⁴ Pakendil on lubatud kujutada vaid seadusega ettenähtud informatsiooni ja terviseohu hoiatussilte.⁴⁵ Hoiatussildid peavad katma 65% pakendi esi- ja tagaküljest. Sarnaselt Eestiga (kuna nõue tuleb Tubakadirektiivist) peavad terviseohu hoiatussildid varieeruma ja neid vahetatakse periooditi (iga aasta tagant), ette on nähtud 14

⁴¹The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015. *Op, cit.*

⁴² Tabac: la Ligue contre le cancer veut des paquets de cigarettes "neutres". LCI, TF1. 1 February 2012. Archived from the original on 12 February 2012. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://web.archive.org/web/20120212130556/http://lci.tf1.fr/filnews/science/tabac-la-ligue-contre-le-cancer-veut-des-paquets-de-cigarettes-6968916.html> (20.02.2020)

⁴³ Tobacco Control Laws veebileht. Summary. Legislation by country: France. Viimati uuendatud 15.11.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/country/france/summary> (20.02.2020)

⁴⁴ Administrative Order of March 21, 2016, on conditions for neutrality and uniformity of packaging and paper for cigarettes and rolling Tobacco. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/France/France%20-%20Administrative%20Order%20on%20Std.%20Pkg..pdf> (24.02.2020)

⁴⁵ Tobacco Control Laws veebileht. Summary. Legislation by country: France. *Op, cit.*

erinevat pilthoiatust. Suitsuvabade tubakatoode pakendi puhul peab seadusega ettenähtud hoiatussilt katma 30% pakendi esi- ja tagaküljest.⁴⁶

Keelatud on lisada teksti, mis võiks viidata asjaolule justkui oleks antud tubakatoode vähem kahjulik kui mõni teine, see tähendab, et pakendile ei või kanda märget „light“ või „madala nikotiini sisaldusega“ ja keelatud on ka muu tekst, mis võib tarbijat eksitada toote terviseohutuse osas.⁴⁷ Pakendile peab olema lisatud suitsetamisest loobumise nõustamisabi telefoninumber.⁴⁸

Tubakapakendi standardkujunduse regulatsiooni artikli 2 kohaselt võib brändinimi olla pakendil toodud kolmel korral: ühe korra nii pakendi esiküljel ja pakendi ülemisel ning alumisel osal. Kindlaks on määratud nii maksimaalne kirjasuurus, kirjastiil ja värv. Juhul kui kasutatakse ka ärinime, siis tuleb see trükkida samade nõuete alusel ja kohe brändinime all. Artikli 11 kohaselt tuleb pakendile lisada pakendis sisalduv tükiarv.⁴⁹

Artikli 6 kohaselt ei ole pakendil lubatud kasutada juurde kleebitavaid, volditud, kinnitatud ega mingis muus formaadis ilustused ja keelatud on kasutada soojusega aktiveeruvat värvi. Artikkel 7 lubab pakendi puhul kasutada nii kandilisi kui ümaraid nurki.⁵⁰

Kui vaadata nii Prantsusmaa, Austraalia kui ka Suurbritannia regulatsiooni, siis on lähenemine väga sarnane. Valitud on samasugune kirjasuurus, värvivalik ja lubatav ning kohustuslik informatsioon. Selgelt on reglementeeritud keelatud lisad ja sätestatud on informatsioon, mida pakendil on lubatud tuua. Riigid ei ole näinud ette erandit toote brändi kujutamisele ega ärinimele. Seega on riikide hoiakud sarnaselt karmid ja ei ole jätnud tubakatootjatele võimalust kujutada ka muid nimesid nagu ärinimi teises formaadis või loetlemata arv kordi.

Väikesed erisused kirjastiili osas esinevad Austraaliaga ja ühtlasi näeb Austraalia regulatsioon ette suurema protsendi terviseohu eest hoiatavate piltide jaoks pinnalaotuse osas. Oluline on asjaolu, et kõik riigid on valinud põhivärviks Pantone 448C, tegemist on värviga, mis on valitud ka maailma kõige koledamaks värviks.⁵¹ Seadusandjad on saatnud selge sõnumi, et antud

⁴⁶ Tobacco Control Laws veebileht. Health Warnings/Messages Features- Packaging and Labelling. Legislation by country: France. Viimati uuendatud 15.11.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/country/france/pl-health-warnings> (20.02.2020)

⁴⁷ Tobacco Control Laws veebileht. Health Warnings/Messages Features. *Op, cit.*

⁴⁸ Tobacco Control Laws veebileht. Warnings/Messages Content - Packaging and Labelling. Legislation by country: France. Viimati uuendatud 15.11.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/country/france/pl-content> (20.02.2020)

⁴⁹ Administrative Order of March 21, 2016. *Op, cit.*

⁵⁰ Administrative Order of March 21, 2016. *Op, cit.*

⁵¹ Forster, K. World's ugliest colour' used on cigarette packets to put smokers off. The Independent Online Newspaper. 2016 Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.independent.co.uk/news/world/australasia/worlds-ugliest-colour-revealed-pantone-448c-a7076446.html> (20.04.2020)

pakend peab olema nii ebameeldiv kui võimalik. Ühtlasi annab see aimu, et tegemist on teaduspõhise valikuga, mida võib oodata ka teistelt riikidelt, kes standardkujundusega pakendi regulatsiooni valivad.

Antud riikide regulatsioonid andsid selge aimduse, et on vägagi tõenäoline, et tulevikus on kõik tubakapakendid sama värvi või vähemalt sama värvi riikides, kus standardkujundusega pakendi kasuks on otsustatud.

1.7 Debatt standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni ümber

Eelnevalt on selge, et standardkujundusega tubakapakend on teinud olulisi kitsendusi tubakatööstusele ja tekib põhjendatud küsimus, kuidas on tubakatööstus proovinud regulatsiooni kehtestamisele vastu võidelda.

Näiteks on tubakatööstus laialdaselt kasutanud eri riikides ka turuosalisi esindavaid organisatsioone vaidlustes ja üldistes debattides, et demonstreerida laialdast poole hoidu standardkujundusega pakendi regulatsiooni vastuseisule. Näiteks Austraalias toetas tubakatööstust organisatsioon, mis pidi esindama vaid jaemüüjaid, kuid pärast seda kui lekkisid organisatsiooni sisemised dokumendid, leidis kinnitust asjaolu, et organisatsioon oli tugevalt rahastatud tubakatööstuse poolt. Seega on tubakatööstuse taktikaks üldsuse eksitamine ka läbi justkui mainekate organisatsioonide ja muude osapoolte, kelle arvamus makstakse kinni.⁵²

Uuringud on tuvastanud kolmandate osapoolte tiheda koostöö suurte tubakatööstuse ettevõtetega, kuid nende sidemed ei ole läbi paistvad ning antud osapooled ei ole raporteerinud mingit finantsilist toetust ega sponsorlust tubakatööstuse poolt. Suurbritanniat puudutav uuring näitas, et 60% standardkujundusega pakendi vastastest kampaaniatest ja erinevates vormides tegevustest on seostatud osapooltega, keda rahastasid tubakatööstuse ettevõtted. Rahastus puudutas eelkõige lobitöö finantseerimist, kuid siiski esines nii massi aktsioone (ärgitada rahvast saatma petitsioonikirju parlamendile jne), uuringute rahastamise ja avaliku kommunikatsiooni kompenseerimise näol.⁵³ Antud osapooli iseloomustas vähene

⁵² A Practical Guide to Policy Development and Drafting Legislation for Tobacco Plain Packaging. Plain Packaging of Tobacco Products, Toolkit. Campaign for Tobacco-Free Kids, November 2017, lk 4. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccofreekids.org/assets/microsites/plainpackaging/Policy-Guides_Plain-Packaging-Toolkit_EN.pdf (23.02.2020)

⁵³ Hatchard, J.L. Fooks, G.J. Gilmore, A.B. Standardised tobacco packaging: a health policy case study of corporate conflict expansion and adaptation. BMJ Open 2016, Vol. 6, lk 1. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://bmjopen.bmj.com/content/bmjopen/6/10/e012634.full.pdf> (16.03.2020)

läbipaistvus.⁵⁴ Tegevused hõlmasid endas nii otsest poliitilist lobitööd, kuid ka kingitusi terviseorganisatsiooni esindajatele, ürituste korraldamisi ja kohtumisi poliitikutega.⁵⁵

Kindlasti ei saa väita, et tubakatööstusel puuduvad poolehoidjad poliitikute ja organisatsioonide näol ilma täiendava rahastuseta, kuid antud näitajaid tuleb silmas pidada võttes arvesse ekspertarvamusi ja vaadates, kuidas teistes riikides on toimunud avaliku arvamuse kujundamine. Seda eriti arvestades, et sidemed ja täiendav finantseerimine ei ole alati läbipaistvad.

Üheks tubakatööstuse argumendiks, miks standardkujundusega pakendit vastu on asjaolu, et see avab ukse ka teiste tervistkahjustavate toodete standardkujundusega pakendile. Argumenti, et standardkujundusega pakend on pandora laegas on laialdaselt kasutatud meedia artiklites ja kampaaniates selleks, et leida üldist toetust tööstusharudelt. Imperial Tobacco UK kasutas näiteks antud argumenti oma kampaanias, mis peegeldas 2020. aasta visiooni, kus kõik tervistkahjustavad tooted on standardkujundusega pakendis. Imperial Tobacco korraldas ka Austraalias riigiülese kampaania *No nanny state*. Viidatakse n-ö *nanny country* fenomenile ehk siis riigi liigsele sekkumisele ja ebaproportsionaalsele kaitsele ehk inimestel on otsustusvõime ja riik ei peaks siinjuures liigselt sekkuma.⁵⁶

Teisalt ei ole ühegi teise toote puhul teadaolevalt standardkujundusega pakendit kaalutud (üheski riigis kaasa arvatud riikides, kus standardkujundusega tubakapakendi nõue on kehtestatud) ja WHO on ka öelnud, et tubakatoodete puhul on tegemist unikaalselt tervist kahjustavate toodetega ja seega ei saa neid võrrelda teiste tervistkahjustavate toodetega. Ühtlasi on WHO toonitanud, et maailmas ei ole ükski tervistkahjustav toode leidnud sellist ühist käsitlust nagu seda on tubakatooted WHO Raamkonventsioonis. Tubakatööstus on vastu võidelnud juba 1972. aastal tubakapakendi hoiatussiltidele viidates, et arstide sõnul on ka piim ja või inimeste tervisele kahjulikud ning tõstatanud küsimuse, kas ka need tooted peaksid sellisel juhul olema terviseohu hoiatussiltidega kaetud. Tänapäevaks ei ole teadaolevalt ükski toode tubakatoodetele sarnaste hoiatussiltidega kaetud ning see tõendab, et tubakatooted on ainulaadselt tervistkahjustavad tooted, millega nii kaugele on mindud.⁵⁷

Autor jääb siinjuures eriarvamusel, kuna asjaolu, et tänase seisuga ei ole ükski toode samaväärselt tervist kahjustavaks tituleeritud, ei tähenda, et seda ei võidaks teha tulevikus.

⁵⁴ Hatchard, J.L. Fooks, G.J. *Op. cit.*, lk 10

⁵⁵ Hatchard, J.L. Fooks, G.J. *Op. cit.*, lk 8

⁵⁶ Opposing arguments (and how to counter them). Tobacco-Free Kids veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccofreekids.org/microsites/plainpackaging/the-arguments/less-restrictive-alternative-measures> (03.04.2020)

⁵⁷ Opposing arguments (and how to counter them). *Op. cit.*

Autori arvamuse kohaselt ei peaks standardkujundusega pakendi regulatsiooni jätma kehtestamata tuginedes argumendile, et regulatsioon võib avada ukse ka teiste toodete standardkujundusega pakendi nõudele. Pigem on oluline, et rahva tervise kaitse seisukohast esitatud argumentatsiooni saab kasutada osaliselt ka tulevikus aset leidvates debattides. Tubakatööstuse argument ei ole tõsiselt võetav aspektist, millega üritatakse luua vale arusaama, justkui oleks riikide eesmärk luua tubakatoodete standardkujundusega pahatahtlik pretsedent. Iga toode on erinev ja seega erineb ka proportsionaalsustest.

Tobaccofreekids.org on pühendanud standardkujundusega pakendi regulatsiooni probleemidele tänuväärset põhjalikku tähelepanu. Lehekülg annab soovitusliku juhendi riikidele, et ennetada võimalikke vaidlusi ja toob välja ka komistuskivid varasemates kohtuvaidlustes. Rõhutatud on teaduslike uuringute olulisust ja korrektset mõjude uuringut eelnevalt eelnõu menetluse algatamisele. Kuna antud regulatsioon on ettevõtlusvabadust ja kaubamärgi kasutamise õigust piirav, siis on soovitatud mitte keskenduda vaid teiste riikide uuringutele, mis küll tõestavad regulatsiooni positiivset tulemust, kuid vajalikud uuringud on soovitatud läbi viia siseriiklikult, andmaks suuremat kaalu.⁵⁸

Antud lehekülg ja selles sisalduv informatsioon annab paljuski aimu, kui mitmekülgsest on tubakatööstus standardkujundusega pakendi regulatsiooni rünnanud. Tegelikuses ei ole tubakatööstuse argumendid paljuski ka täiesti põhjendamatud, kuid tõdemist leiab asjaolu, et enamikel juhul kaalub rahva tervise argument piiranguid üle või on siiski tegemist väitega, mida pole suudetud tõendada. Samuti on võimalik lahendada tekkivaid probleeme muude meetmetega ja selleks ei pea loobuma standardkujundusega pakendi regulatsioonist. Kui aga lasta tubakatööstusel esitada antud argumente ühepoolsest, siis võib tekkida avalik vastupanu regulatsiooni kehtestamisele.

Kokkuvõttes võib öelda, et tubakatööstuse argumendid ei ole leidnud kinnitust, et standardkujundusega pakendi regulatsioon ei oleks kuidagi põhjendatud eelnevalt toodud näidete pinnal. Teisi meetmeid, mis tubakatööstuse sõnutsi suudavad soovitud eesmärgi saavutamist asendada, analüüsime ka järgnevates peatükkides. Standardkujundusega tubakapakendi eesmärgiks on siiski tubakatoodete atraktiivsuse vähenemine, ebaõige informatsiooni kujutamise ärahoidmine, tubakapakendi müügiedendamise eesmärgil mitte kasutamine ja alles läbi eelneva kolme tubakatoodete tarvitamise vähendamine. Kinnitust on leidnud tubakatööstuse suur vastutööamine ja ka vastakate argumentide esitamine, milleks riigid (kaasaarvatud Eesti) peavad valmis olema.

⁵⁸ Opposing arguments (and how to counter them). *Op. cit.*

2. *Plain packaging* regulatsiooni puudutav kohtupraktika

2.1 Maailma Kaubandusorganisatsiooni vaidlus *Austraalia versus Indoneesia*

2.1.1 Vaidluse DS467 Austraalia vs Indoneesia menetluskäik

Austraalias jõustus 01.12.2012 *plain packaging* regulatsioon *Tobacco Plain Packaging Act 2011*⁵⁹ (TPP regulatsioon), see tegi Austraaliast ühtlasi esimese riigi maailmas, mis vastavaid piiravaid meetmeid kasutama hakkas.⁶⁰ Antud regulatsiooni osas esitas Indoneesia septembris 2013 nõude konsultatsiooniks Maailma Kaubandusorganisatsiooni (Edaspidi WTO (World Trade Organisation)) vastavale vaidluste lahendamise organile, et võtta arutlusele Indoneesia kaebus, mis puudutas Austraalia uusi piiranguid tubaka pakendi kaubamärgile, geograafilisele tähistusele ja teisi uudse regulatsiooniga ette nähtud piiravaid nõudeid.⁶¹

Indoneesia seadis kahtlus alla, kas Austraalia uus tubaka regulatsioon on lubatav ja õigustab ennast arvestades ka WTO Intellektuaalomandi õiguste kaubandusaspektide lepingut⁶² (edaspidi TRIPS), Tööstusomandi kaitse Pariisi Konventsiooni⁶³ (edaspidi Pariisi Konventsioon) ja Tehniliste kaubandustökete lepingust⁶⁴ (edaspidi TBT) tulenevaid õigusi ja kohutusi. Indoneesia esitas Austraaliale välja kutse, et selgitada, kas piirangud, ennekõike kaubamärgi kasutamiseõiguse piiramine, on legitiimsed ja proportsionaalsed meetmed tagamaks inimeste tervise kaitset ja teenib riikliku tervishoiu eesmäärke.⁶⁵

Mitmed riigid ühinesid Indoneesia nõudega moodustada vaidluseks nn vahekohtu paneel. Nendeks riikideks olid Ukraina, Kuuba, Honduras ja Dominikaani Vabariik. Vaidluse menetlemisel oli mitmeid etappe, mille jooksul ühinesid konsultatsioonidega rekordiline arv osapooli, sealhulgas ka Euroopa Liit, USA ja Venemaa. 28.06.2018 esitas kohtunike paneel raport, milles lükkas tagasi kõik nõuded, mida Indoneesia ja ühinenud riigid olid esitanud.

⁵⁹ Tobacco Plain Packaging Act 2011 <https://www.legislation.gov.au/Details/C2011A00148>

⁶⁰ Tobacco plain packaging. Australian Government Department of Health. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://www.health.gov.au/health-topics/smoking-and-tobacco/tobacco-control/tobacco-plain-packaging> (10.04.2020)

⁶¹ DS467: Australia — Certain Measures Concerning Trademarks, Geographical Indications and Other Plain Packaging Requirements Applicable to Tobacco Products and Packaging. Maailma Kaubandusorganisatsiooni veebileht. Kättesaadaval arvutivõrgus: https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds467_e.htm (26.03.2020)

⁶² Intellektuaalomandi õiguste kaubandusaspektide leping.- RT II 1999, 22, 123

⁶³ Tööstusomandi kaitse Pariisi konventsioon.- RT II 1994, 4, 19

⁶⁴ Leping tehniliste kaubandustökete kohta.- RT II 1999, 22, 123

⁶⁵ DS467: Australia. *Op, cit.*

Raport esitati muljetavaldaval kaheksasajal leheküljel, mille esitamise tähtaega oli paneel korduvalt edasi lükanud.⁶⁶ Antud WTO vaidluse raportit, milleni jõudmine võttis aega kuus aastat, võib pidada üheks faktiliselt kõige põhjalikumaks WTO vaidlustelahendamise ajaloos. Seda tulenevalt asjaolust, et vaidluses toodi välja peeneid nüansse, mida nii esmane paneel kui apellatsioonile vahekoht analüüsisid äärmise põhjalikkusega, mis oli nii juriidiliselt kui ajaliselt väljakutsuv.^{67 68}

Juulis ja augustis 2018 esitasid Honduras ja Dominikaani Vabariik teatud paneeli seisukohtadele vastuväited, teised vaidlusosalised vastuväiteid otsusele ei esitanud. Austraalia vastas apellatsioonile oktoobris 2018.⁶⁹

Käesolev vaidlus on oluline, kuna analüüsib väga detailselt kaubamärgi kasutamise õiguse piiramist ja alternatiivseid meetmeid, mida ka tubakatööstus on esitanud selleks, et vaielda vastu standardkujundusega pakendi regulatsioonile. Kuigi otsus on väga detailne, siis keskendub antud töö põhilistele vaidluse punktidele, kuna lahendi argumentatsiooni saab paljuski kasutada tulevikus aset leidvatele vaidlustele (kaasa arvatud Eestile).

Antud vaidlus ei ole oluline vaid tubakapakendite seisukohalt ja puudutab laiemalt terviskahjustatavaid tooteid. Nimelt seisneb vaidluse olulisus lubatud meetmetes, mida riikidel on õigus kasutada rahva tervishoiu kaitseks ilma, et need rikuksid siseriiklikke ja rahvusvahelist regulatsiooni. WTO vaidlus on siinjuures märgilise tähtsusega, kuna ära ootaval seisukohal olid paljud riigid, kes soovisid samuti kehtestada standardkujundusega pakendi regulatsiooni, ja ühtlasi võib antud lahendit käsitleda ka pretsedendina teistele kaupadele nagu alkohol, kütus ja tervisele kahjulikud toiduained (näiteks kummikommid). Küsimuse alla võivad tulla kaubad, millel on negatiivne mõju inimese tervisele ja seega võidakse ka tulevikus kaaluda pakendipiiranguid ja muid piiravaid meetmeid kasutades selleks rahvatervishoiu kaitse õigustust. Asjaolu, et tänases päevas ei saa tubakatooteid käsitleda samaväärsena ühegi teise tootega, ei tähenda, et hoiakud ei võiks tulevikus muutuda.

Kokkuvõttes on WTO vaidluse lahenduse tulem tervitatav ja ülimalt oluline pretsedent maailma rahva tervise kaitse seisukohast. WTO vahekohtu otsusega leiti, et rahva tervise kaitse

⁶⁶ WTO Disputes - Tobacco Plain Packaging. Australian Government. Department of Foreign Affairs and Trade. Viimati uuendatud oktoobris 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.dfat.gov.au/trade/organisations/wto/wto-disputes/Pages/wto-disputes-tobacco-plain-packaging> (14.04.2020)

⁶⁷ Gruszczynski, L. Is the WTO plain packaging saga here to stay? Trade Pacts. Global Trade and Investment Advisors. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://tradepacts.com/news/is-the-wto-plain-packaging-saga-here-to-stay/> (07.04.2020)

⁶⁸ WTO Disputes - Tobacco Plain Packaging. Australian Government. *Op, cit.*

⁶⁹ WTO Disputes - Tobacco Plain Packaging. Australian Government. *Op, cit.*

eesmärgil kehtestatavad piirangud on õigustatud vaatamata asjaolust, et meetmed piiravad kaubamärgiõiguse kasutamist ja on kaubandust tõkestavad.⁷⁰

2.1.2 Kaubamärgi kasutamine- kas absoluutne õigus või privileeg?

2.1.2.1 Kaubamärgi õigus TRIPS lepingus ja Pariisi Konventsioonis

Vaidluse oluliseks osaks oli küsimus, kas kaubamärgi kasutamine on õigus või privileeg ehk teisisõnu, kas riigid on kohustatud tagama absoluutse õiguse kaubamärki kasutada. Küsimus tõusetus formaadis, kas Austraalia on rikkunud kaubamärgi kasutamise õigust ja on seega ületanud rahvusvahelistest lepingutest tulenevat kohustust kui vastu võeti standardkujundusega pakendi regulatsioon.

TRIPS artikkel 2.1 näeb ette, et lepingu II, III ja IV jaosse puutuvast peavad liikmed kinni Pariisi konventsiooni (1967) artiklitest 1–12 ja 19 ja TRIPS artikkel 2.2 ütleb, et miski lepingu I kuni IV jaos ei vabasta liikmeid kohustustest, mis neil võivad olla üksteise suhtes Pariisi konventsiooni, Berni konventsiooni ja mikrolülituse käsitleva intellektuaalomandi lepingu põhjal. Asjakohane on siin Pariisi Konventsiooni artikkel 6 *quinquies* A (1), mille kohaselt peab olema tagatud õigus kaubamärki registreerida ja seda tuleb kaitsta niisugusena, nagu ta on (*telle quelle*). Asjakohane on ka artikkel 10 *bis*, mis seab kohustuse kaitsmaks kõlvatu konkurentsi eest.⁷¹

Honduras ja Kuuba esitasid väited, et Austraalia tubakapakendi regulatsioon ei ole kooskõlas Pariisi Konventsiooni artikliga 6 *quinquies*, kuna Austraalia on kaubamärgi originaalsel kujul kasutamise pakendil keelanud ja muutnud selle kujutamise formaati, siis ei ole Pariisi Konventsioonist tulenev õigus tagatud. Riigid leidsid, et kaubamärgi standardiseeritud kujul kasutamist ei saa pidada kaitse eesmärgiga kooskõlas olevat.⁷² Honduras viitas, et antud õigust peaks tõlgendama kooskõlas TRIPS lepingu vastavate artiklitega, kuid samas viitas ka ise, et Pariisi Konventsiooni kontekstis ei ole tegemist absoluutse positiivse õigusega.⁷³ Gervais raport

⁷⁰ Australia– Tobacco Plain Packaging (DS435, 441, 458, 467). WTO Dispute Settlement: One-Page Case Summaries – 1995–2016. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/1pagesum_e/ds467sum_e.pdf (19.03.2020)

⁷¹ Panel Report, Australia — Certain Measures Concerning Trademarks, and Other Plain Packaging Requirements Applicable to Tobacco Products and Packaging, WT/DS435/R, WT/DS441/R, WT/DS458/R, WT/DS467/R. 28 June 2018, lk 588-589. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrol.org/litigation/decisions/au-20180628-australia---tobacco-plain-pack> (04.03.2020)

⁷² Panel report. *Op. cit*, lk 590

⁷³ Panel report. *Op. cit*, lk 591-592

on varasemalt teemat käsitletud ja väitnud, et antud artikleid tuleb hinnata koosmõjus leidnud, et Pariisi Konventsiooni n-ö *spirit* on laiem ja seega tuleks laiendavalt tõlgendada k sisalduvaid õigusi.⁷⁴

Austraalia on vastanud antud väidetele selgitusega, et Pariisi Konventsiooni artikkel 6 *quinquies* ei näe ette miinimum standardid, millega liikmesriik on kohustatud tagama kaubamärgi kasutamise võimaluse, vaid näeb ette kõigest õiguse, et liikmesriik ei või keelduda kaubamärgi registreeringust ja peab tagama selle kaitse.⁷⁵

Miinimum standardi argument ei ole siinjuures kohatu, kuna tubakatööstusel kui ka riikidel, kes paljuskki sõltuvad tubakatööstusest, on olnud õigustatud ootus kasutada kaubamärki. Selge on asjaolu, et kaubamärgi registreeringu kaitse kaotab paljuskki oma mõtte, kui kaubamärki ei ole lubatud kasutada. Teisalt võik kaubamärgi kasutamist standardformaadis siinjuures juba pidada miinimum standardiks, mida Austraalia tagab, sest kaubamärgi kasutamine ei ole keelatud, vaid piiratud.

Austraalia esitas ka seisukoha viidates kõneall olevale tubakapakendi siseriiklikule regulatsioonile, mille artikkel 28 ka sõnaselgelt ütleb, et kaubamärgi registreerimisele ei seata piiranguid Austraalia kaubamärgi seaduse raames ja isiku õigus kasutada kaubamärki asub artikkel 6 *quinquies* A(1) mõjusfäärist väljaspool. Austraalia on viidanud Pariisi Konventsiooni artikkel 6 *quinquies* A(1) tõlgenduse lähenemisel antud klausli tekstist Viini Konventsiooni arvesse võttes, mis on kooskõlas vahekohtu arvamusega ja WIPO lepinguga. Austraalia seisukohaga nõustusid näiteks Singapur, Lõuna-Aafrika Vabariik ja Uus-Meremaa, kes leidsid, et kõnealune artikkel ei ole suunatud õigusele kasutada kaubamärki, vaid käsitleb registreerimisõigust, ja ei tähenda, et kaubamärgi kasutamist ei saaks piirata kaubamärgi regulatsioonist väljaspool asuvate seadustega.⁷⁶

Vahekohus leidis, et Pariisi Konventsiooni artikkel 6 *quinquies* sõnastusest ei saa lugeda välja standardmeetmeid ja miinimumnõudeid, millega liikmesriigid on kohustunud kaubamärgi kasutamist *telle quelle* kaitsma.⁷⁷ Vahekohus leidis, et Honduras jt ei suutnud näidata, et Austraalia oleks Pariisi Konventsiooni koosmõjus TRIPS artikliga 2.1 rikkunud ja Austraalia tubakapakendi regulatsioon on seega kooskõlas vastavate artiklitega.⁷⁸

⁷⁴ Memorandum from Lalive to Philip Morris International Management SA. Why Plain Packaging is in Violation of WTO Members' International Obligations under TRIPS and the Paris Convention. 23 July 2009.

⁷⁵ Panel report. *Op. cit*, lk 590-591

⁷⁶ Panel report. *Op. cit*, lk 592-593

⁷⁷ Panel report. *Op. cit*, lk 595

⁷⁸ Panel report. *Op. cit*. lk 598

Vahekohtu otsuse kohaselt ei ole seega kaubamärgi kasutamine absoluutne positiivne õigus, mida ei saaks piirata. Tegemist on nõ negatiivse õigusega ja tagatud on vaid õigus kaubamärki registreerida. Vaidluses esitatud argumendid näitasid selgelt, et Austraalia on tegelikkuses taganud miinimum standardi kaubamärgi kasutamiseks ja seda standardformaadis. Puudub regulatsioon, millele Honduras jt oleksid saanud toetuda, sest ei rahvusvahelised ega ka siseriiklikud regulatsioonid ei näe ette kaubamärgi kasutamise absoluutset õigust. Kuigi Honduras jt üritasid näidata, et tegemist peaks olema laiendatud kaitsega, siis antud artiklite kontekstis oleks selline tõlgendus väljunud lepingu sisust. Võib öelda, et kui vahekohus oleks lubanud laiendatud tõlgendamist, oleks rikutud õigustatud ootust.

Üheks vaidluse esemeks tõusetus ka ebaausa konkurentsi küsimus. Indoneesia jt viitasid siinjuures Pariisi konventsiooni artiklile 10*bis*, mis on ülevõetud TRIPS lepingusse artikli 2.1 kohaselt. Otsuses märgiti, et TPP regulatsioon ei lähe vastuollu liikmesriikide kohustusega kaitsta ebaausa konkurentsi eest. Sama järelduseni jõuti TRIPS artikkel 22.2(b) osas, mis käsitleb geograafilise tähise kaitset, nimelt on liikmesriigid kohustunud võtma kasutusele õiguslikud meetmed, mis aitavad geograafiliste tähiste puhul takistada igasugust kasutamist, mis kujutab endast kõlvatut konkurentsi. Samuti ei ole geograafilise tähise kasutamise kaitse vähenenud TRIPS artikkel 24.3 mõistes.⁷⁹

Antud argumentide mitmekülgne esitamine annab aimu, et Indoneesia jt proovisid kasutada ka argumente, mis juba algusest peale ei leidnud tegelikkuses loogilist seletust ja vahekohus neil ka pikalt oma lahendis ei peatunud. Siiski tõestab ebaausa konkurentsi argument, kui mitmes erinevas aspektis peegeldub kaubamärgi roll tubakatööstusele.

2.1.2.2 TRIPS artikkel 20- kas kaubamärgi kasutamise piiramine on ebamõistlik meede?

TRIPS artikkel 20 näeb ette, et kaubamärgi kasutamist kaubanduses ei tohi põhjendamatult takistada erinõuetega. Austraalia TPP regulatsiooni artikkel 20 aga keelab kaubamärgi kasutamise tubakatoodete pakenditel. Indoneesia ja teised riigid esitasid seisukoha, et Austraalia seadus ei ole TRIPS lepinguga kooskõlas, kuna keelab kaubamärgi kasutamise ja kohustab brändi nime kirjutama standardformaadi. See aga ei lase tubakatooteid silmnähtavalt teineteisest eristada, mis on üks peamisi kaubamärgi kasutamise eesmärke.⁸⁰

⁷⁹ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 16

⁸⁰ Australia- Certain measures concerning trademarks, geographical indications and other plain packaging requirements applicable to tobacco products and packaging. Request for consultation by Indonesia. 20.09.2013. Kättesaadav arvutivõrgus: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-DP.aspx?language=E&CatalogueIdList=119579&CurrentCatalogueIdIndex=0&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=True (04.03.2020)

British American Tobacco on varasemalt öelnud, et riigid nagu Austraalia on alahinnanud kaubamärgi olulisust tubakatööstusele. Ühtlasi alahinnatakse ka kaubamärgi väärtust tarbijatele, kuna väheneb võimalus eritada tubakabrände teiseteisest silmnähtavalt.⁸¹ Austraalia TPP regulatsiooni artikkel 3 näeb piirangud ette rahvatervishoiu kaitse raames ja TRIPS artikkel 20 ei luba küll põhjendamatult kaubamärgi kasutamist piirata, kuid on siinjuures põhjendatud seaduses välja toodud eesmärgiga. Seega on piirang põhjendatud ega piira ebamõistlikult kaubamärgi omaniku õigusi.

Antud seisukohaga nõustus ka WTO vahekohus oma otsuses. Otsuses märgiti, et artiklit 20 rikkumiseks oleks vaja täita kolm eeldust: liikmesriik peab olema vastu võtnud piiravad meetmed, antud meetmed peavad takistama kaubamärgi kasutamist kaubanduslikel eesmärkidel ja meetmed peavad olema ebamõistlikud. Selleks, et mõista meetmeid piiravatena peavad need olema suunatud kaubamärgi kasutamise keelamisele, kuid ühtlasi hõlmab tõlgendus endas ka meetmeid, millega nähakse ette konkreetne viis, kuidas kaubamärki peab kasutama. Seega oli antud eeldus otsuse kohaselt täidetud. Kaubanduslikul eesmärgil tõkestamine hõlmab endas nii kaubamärgi kasutamise täielikku keelamist kui ka regulatsiooni, mis sätestab kindlad kriteeriumid kaubamärgi pakendil kuvamise kohta. Kaubamärke kasutatakse kaubanduslikul eesmärgil ning tegemist ei ole mitte ainult tubakatoodete müügi hetkel toimuva reklaamiga, vaid kaubamärgil on reklaamifunktsiooni ka pärast lõppmüüki tarbijale. Tegemist laialdasema reklaamimeetmega kui algselt väidetud ehk kaubamärki ei kasutata vaid toodete eristamiseks teineteisest.⁸²

Antud tõlgendus on oluline arvestades, et tubakatööstus on üritanud jätta reklaamifunktsiooni pigem tagaplaanile, kuna reklaami funktsiooni keelamine oleks rohkem õigustatud. Tubakatööstus ja antud juhul hagejariigid on hoidnud vaidluskeset kaubamärgi eristatavus funktsiooni ümber, kuna tegemist on oluliselt parema argumendiga, kuid varjatult on üritatud säilitada hoopiski pakendi reklaamifunktsiooni. Tubakatööstus on ka varasemat väitnud, et tarbijate silmis ei ole tegemist reklaamifunktsiooniga, vaid ainult eristusfunktsiooniga, kuid antud asjaolu ei tähenda, et tubakatööstus seda sellel eesmärgil ei kasutaks.

Kolmas eeldus, et antud meetmed peavad olema ka ebamõistlikud ei leidnud kinnitust. Vahekohus „ebamõistlikku“ kui definitsiooni selle kõige tavalisemas tähenduses kui ka TRIPS

⁸¹ Consultation On The Introduction Of Regulations For The Standardised Packaging Of Tobacco Products. Response Of British American Tobacco UK Limited. British American Tobacco. 2014, lk 31. Kättesaadav arvutivõrgus: [http://www.bat.com/group/sites/uk_9d9kcy.nsf/vwPagesWebLive/DO9DKJEB/\\$FILE/medMD9MWB4B.pdf?openelement](http://www.bat.com/group/sites/uk_9d9kcy.nsf/vwPagesWebLive/DO9DKJEB/$FILE/medMD9MWB4B.pdf?openelement) (03.02.2020)

⁸² The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.* lk 12

lepingu kontekstis arvestades lepingu eesmärki ja põhimõtteid. TRIPS artiklite 7 ja 8 valguses saab rõhutada vajalikku balanssi kaubamärgi kasutamise õigust omavate inimeste huvide ja ühiskonna huvide vahel, siinjuures tuleb küsimuse alla ka rahva tervishoid. Asjakohane on mainida Doha Deklaratsiooni osas, mis puudutab TRIPS lepingut ja rahvatervishoidu. Tegemist on hilisemase nn lisa deklaratsiooniga TRIPS lepingule vastavalt Viini konventsiooni artiklile 31 (3) (a), mille kohaselt võetakse lepingute tõlgendamisel arvesse rööbiti ka osalisriikide järgnevat kokkulepet lepingu tõlgendamise või selle kohaldamise kohta.⁸³⁸⁴ Eelmainitu valguses saab öelda, et TRIPS artiklite 7 ja 8 eesmärk on tunnustada sotsiaalset ja majanduslikku heaolu ja ühtlasi ka tasakaalu õiguste ja kohustuste vahel ning sellest tulenevalt on õiguspärane, et liikmesriikidel on õigus jõustada meetmeid rahva tervishoiu kaitse perspektiivist.⁸⁵ Antud tõlgendus loob selge arusaama, et Doha deklaratsiooni kontekstis on rahva tervise kaitse eesmärgile antud poolehoid ja deklaratsiooni kontekstis on juba käsitletud põrkuvaid huvisid.

Otsuses toodi välja kriteeriumid, mille kohaselt saaks öelda, et jõustatud piirang on ebamõistlik. Esiteks tuleb hinnata kehtestatud meetmete takistavat olemust ja ulatust. Teiseks tuleb analüüsida kaubamärgi kasutamist takistavate eritingimuste eesmärgi põhjendusi, mis hõlmab ka sotsiaalseid huve, mida eritingimused üritavad kaitsta. Kolmandaks tuleb hinnata, kas antud eesmärgid on piisavalt põhjendatud, et seada takistavaid eritingimusi. Vahekohus leidis, et takistavad eritingimused ehk kaubamärgi õiguse piiramine Austraalia TPP regulatsiooniga ei ole ebamõistlik, kuna Austraalia toodud põhjendused, miks antud meetmed kasutusele võeti toetavad kaubamärgi kasutamise piiramise vajalikkust tubakatoodetega kauplemisel.⁸⁶

Varasemad uuringud on näidanud, et umbes pooled tarbijatest ei tee pimetestimisel vahet, millise brändiga on tegemist ja seega sõltub vastav turg tugevalt brändi imagost.⁸⁷ Samuti on British American Tobacco rõhutanud, et bränd on tarbijatele ka kvaliteedimärgiks.⁸⁸

Vahekohus nõustus seisukohaga, et kaubamärgi omanikel on õigustatud huvi kaubamärgi kasutada ja kaubamärgil on oluline roll tubakatoodete reklaami eesmärgi silmas pidades. Tegemist on olulise aspektiga kaubandusliku väärtuse seisukohast, kuid ei nõustunud seisukohaga nagu oleks tubakatoodete kaubanduslik väärtus vähenenud.⁸⁹ Austraalia TPP

⁸³ Rahvusvaheliste lepingute õiguse Viini konventsioon.- RT II 2007, 15.

⁸⁴ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 13

⁸⁵ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 12-13

⁸⁶ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 13

⁸⁷ Chapman, S. Freeman, B. Removing The Emperor'S Clothes: Australia And Tobacco Plain Packaging. Sydney University Press. 2014.

⁸⁸ British American Tobacco - Plain Packaging. N.p. 2017. Kättesaadaval arvutivõrgus: Bat.com (20.02.2020)

⁸⁹ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 13

regulatsioon ei ületanud ebamõistlikkuse piiri, kuna kaubamärgi kasutamise piiramise vajalikkus oli oluline osa Austraalia laialdasest tubakapoliitikast ja mõeldud täiendama juba kehtivaid meetmeid.⁹⁰

Tubakatööstuse argumendid on tegelikkuses põhjendatud ja selge on, et tubakatoodete turg on võrdlemisi välja kujunenud ja on paljuski brändi põhine. Siiski tuleb arvestada asjaolu, et standardkujundusega pakendi eesmärgiks on mõjutada toodete atraktiivsuse vähendamist ja mõjutada just noori, et tubakatoodete tarvitamisega ei alustataks. Tubakatööstuse argumendid on tõesed, kuid ei kaalu siiski üle standardkujundusega pakendi regulatsiooni eesmäärke. Brändi põhise tubakatööstuse huvid saavad küll kahjustatud, kuid korduvalt on viidatud faktile, et standardkujundusega pakend on soovitud eesmärgi jaoks ainukene meede. Ühtlasi on Austraalia puhul leidnud kinnitust tõsiasi, et tubakapoliitika on juba laialdane ja riiklike eesmäärke ei ole võimalik täita ilma tubakatööstuse huviseid kahjustamata.

Antud otsus on tervitatav, kuna rahva tervise kaitse peab olema ülima väärtusega ja kaaluma üles kaubamärgile seatud piirangud. Vastupidine seisukoht oleks olnud küsitav, kuna arvestades tubakatoodete kahjulikkust ja Austraalia püüdlusi lahendada mastaapset sotsiaalset probleemi, siis ei saaks väita, et kaubamärgi õiguse piiramist saaks kõrvutada standardkujundusega pakendi regulatsiooni mõjuga. Tubakatööstuse piirangu vastane võitlus on mõistetav, kuid üllatav oleks lahend, kus tubakatööstuse huvid kaaluksid üles rahva tervise kaitse eesmärgid. Kui tegemist ei oleks tubakatööstuse kaubamärgiga võinuks lahend olla ka teistsugune, kuna piirangut on õigustatud vaid rahva tervise kaitse eesmärgist ja tubakatoodete kahjulikkus on leidnud ulatuslikku kinnitust.

2.1.2.3 TBT artikkel 2.2- plain packaging takistab kaubandust

Vaidluse oluline küsimus oli, kas standardkujundusega tubakapakendit saab pidada tehniliseks eeskirjaks, mis takistab rahvusvahelist kaubandust TBT artikkel 2.2 kontekstis. Antud artikliga nähakse ette liikmete kohustus, et tehnilisi eeskirju ei koostata, võeta vastu ega kohaldata, mille mis tekitavad (kasvõi potentsiaalselt) tarbetuid takistusi rahvusvahelisele kaubandusele. Tehniliste eeskirjadega ei või piirata kaubandust rohkem, kui on vaja seadusliku eesmärgi täitmiseks, võttes arvesse riske, mida täitmatajätmine tekitaks. Seadusliku eesmärgina nähakse ette ka inimeste tervis ja ohutus. Riskide hindamisel võetakse arvesse näiteks kättesaadavat teaduslikku ja tehnilist teavet.

⁹⁰ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 14-15

Vahekohus pidi antud artikli kontekstis hindama mitmeid erinevaid aspekte. Esimeseks aspektiks oli küsimus, kas tubakatoodete standardkujundusega pakend kvalifitseerub üleüldse tehniliseks meetmeks. Asjaolu leidis kinnitamist ja Austraalia TPP regulatsioon kvalifitseeriti tehniliseks meetmeks koos siseriikliku kaubamärgi regulatsiooniga, kuna mõlemad seadused koosmõjus tegid ettekirjutuse tubakapakendi ja toodete kujundusele ja seega oli tegemist kindlaksmääratava tootegrupiga, millele kohustuslikud toote tingimused kehtisid.⁹¹

Vaidluse küsimuseks tõusetus ka TPP regulatsiooni eesmärk, Indoneesia jt leidsid, et regulatsiooni eesmärgiks on suitsetamise vähendamine, kuid Austraalia sõnutsi on tegemist lisaks sellele veel eesmärgiga vähendada tubatoodete pakendi atraktiivsust, suurendada terviseohu hoiatussiltide ja pilthoiatuste efektiivsust ning vähendada tubakapakendil toodu mõju tarbija eksitamiseks. Otsuses leiti, et TPP regulatsiooni eesmärgiks on nii tubakatoodete tarvitamise vähendamine kui ka vähendada potentsiaalselt mõju tubakatoodetega kokkupuutel.⁹²

Antud hinnangus kaaluti nii meetmetes sisalduva pakendi disaini kui ka selle ülesehitust ja toimimist. Otsusega kinnitati, et Austraalia oli esitanud usaldusväärseid ja oma seiskohta toetanud tõendeid enne kui TPP regulatsioon vastu võeti. Antud tõendusmaterjal toetas seatud eesmärki ehk otsusekohaselt oli põhjendatud eeldus, et TPP regulatsioon aitab vähendada tubakatoodete pakendi atraktiivsust, suurendab terviseohu siltide efektiivsust ja aitab vähendada võimalust, et tubakatoodete pakend võiks tarbijat eksitada. Põhjendatult tõusetus antud küsimuses ka tõendite põhine hindamine, kuna Austraalia oli vaidluse jooksul valmis saanud ka raporti, mis antud seisukohta tõestas. Peale TPP regulatsiooni jõustumist oli tubakatoodete tarvitamine ja tubakatoodete müük langenud, ühtlasi oli langenud tubakatoodete pakendi atraktiivsus ja tõusnud terviseohu hoiatuspiltide ja tekstide efektiivsus. Kuna aga regulatsiooniga suurendati ka näiteks terviseohu hoiatussiltide pindala pakendist, siis oli vaidlusküsimuseks ka tõendusmaterjal, mis suudaks näidata, et just standardkujundusega pakend mitte näiteks hoiatussiltide suurenenud pindala ei olnud positiivsete näitajate taga. Vahekohus tõdes, et antud küsimuste puhul on keeruline tõepoolest määrata meetme kindlat proportsiooni, kui palju saab positiivsest tulemusest üle kanda justnimelt standardkujundusega pakendile. Seda arvesse võttes saab aga öelda, et on aktsepteeritav kui suurtele probleemidele nagu seda on rahvatervishoiu kaitse lähenetakse meetmete kogumiga ja seega õigustab ennast laiahaardeline tubakapoliitika, mis näeb ette mitmeid meetmeid. Otsuse kohaselt ei ole vaja kõiki faktoreid vaadelda eraldi, selleks et kinnitada meetme mõju, samuti ei pea suutma näidata

⁹¹ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 6

⁹² The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 6-7

ka tulemusi lühiajaliselt, kuna on aktsepteeritav, et tulemused annavad endast märki pikaajalise kohalolu tulemusena ja tarbijate hoiakud ei muutu üleöö, efekt võib saabuda pikema aja vältel. Kokkuvõttes aktsepteeris vahekohus Austraalia esitatud tõendusmaterjale TPP regulatsiooni mõjust tubakatoodete tarvitamisele ja tunnustas meetme panust eelpoolmainitud eesmärkide saavutamise osas.⁹³

Tegemist on väga olulise järeldusega laiemas plaanis, kuna tubakatööstus on aastaid väitnud, et standardkujundusega pakenditel puudub mõju ja et antud meetme proportsionaalset panust ei suudetud tõendada. WTO vahekohtu lahend antud küsimuses on pretsedenditult oluline, kuna aktsepteerib laiahaardelist tubakatoodete regulatsiooni ja võtab meetmeid kogumina, mis teeb tubakatööstuse argumendid oluliselt nõrgemaks. Tubakapoliitika puhul on oluline, et lubatav oleks aastate pikkune mõju-uuring, et teha adekvaatseid järeldusi.

Lahendis viidati tubakatoodete regulatsioonile kõrvutades seda sarnaselt globaalse soojenemise küsimusega. Üksi meede eraldiseisvana ei ole suuteline jõudma soovitud tulemuseni, vaid tegemist on kogumiga, mille osas ei pea näitama selgelt iga meetme panust eesmärgi saavutamise osas.⁹⁴ Otsus rõhutab seega laiahaardelise tubakapoliitika tähtsust ja vabastab ka riigid ebamõistlikust tõendamiskoormusest. Standardkujundusega pakendi eraldisseisvat mõju on keeruline hinnata. Ühtlasi tekiks küsimus, kui suur peaks mõju olema, et meede ennast õigustaks. Just sel eesmärgil peab tubakapoliitika jääma laiahaardeliseks ja kogumis käsiteltavaks.

Selleks, et õigustada regulatsiooni piiravat iseloomu peab tegemist olema olulise eesmärgiga, mida saavutada soovitakse ja ühtlasi peavad eesmärgi mitte saavutamisel olema tõsised tagajärjed. Tubakatarvitamise vähendamine on oluline eesmärk ja otsuses viidati ka WHO Raamkonventsioonile ja teistel teaduslikele allikatele, mille kohaselt on tubakatoodete tarvitamise vähendamine äärmiselt oluline ja seda eriti noorte osas.⁹⁵ Kuigi vaidluskese ei taandu sellele, kas tegemist on olulise eesmärgiga ja pooled pole selle üle ka vaielnud, kuid antud käsitlus on siiski tunnustamist väärt.

Indoneesia jt esitasid kolm argumenti, mille kohaselt on TPP regulatsiooni näol tegemist kaubandust takistava meetmega, mille vahekohus lükkas tagasi. Üheks Indoneesia jt argumendiks oli, et TPP regulatsiooni tulemusel väheneb uute tubakatoodete turule toojate võimekus konkureerida juba turul olevate brändidega, kuna kaubamärgi standardiseeritud kasutamise tulemusena ei saa uued turu osalised ennast samaväärselt esile tõsta ja jõuda

⁹³ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 8

⁹⁴ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 24-25

⁹⁵ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 10

tarbijani võrreldes juba turul olevate tuntud brändidega. Antud kontekstis ei leidnud vahekohus, et tegemist oleks kuidagi kaubandust piirava meetmega. Ühtlasi leiti, et kuigi uutel turuosalistel ei ole võimalust kasutada brändi kui toote atraktiivsemaks muutmise meetet on teisalt brändi assotsiatsiooni juba olemasolevate brändide osas vähenenud ja seega on mõju balansseeritud, ühtlasi ei ole efektiivselt võimalik kindlaks määrata kummagi aspekti mõju ulatust.⁹⁶

Teiseks kaubandusele mõjuavaldavaks teguriks toodi asjaolu, et tulenevalt brändi väärtuse vähenemisest vahetavad tarbijad kallimad brändid odavamate vastu, mis avaldab mõju tubakatoodete impordi väärtusele. Otsuses märgiti, et asjaolu leidnud tõendamist justkui oleks imporditud tubakatoodete turuväärtus vähenenud, kuna tarbijad on valinud odavama alternatiivi või oleks antud faktor kuidagi panustanud suurenenud hinna konkurentsi.⁹⁷

Olgu öeldud, et antud stsenaarium ei osutunud tõeks ja Austraalias tõusid tubakatoodete hinnad ka pärast standardkujundusega pakendi tutvustamist. Eriti tõusid laialdasemalt levinud ja ka kallimate nii öelda *premium* tubakatoodete hinnad, mis oli umbes 10% vahemikus 2011-2013.⁹⁸ Lisaks tõusis tubakatootjate maksueelne kasum 30% ajal, mil standardkujundusega pakendi regulatsioon oli juba Austraalias kasutusele võetud.⁹⁹ Seega ei ole leidnud brändi väärtuse vähenemine kinnitust ka pärast regulatsiooni kehtestamist, mis ei tähenda, et mõju puudub, kuid on tõenäoliselt minimaalne ja tubakatööstusel on jätkuvalt võimalik hinnapoliitikaga hoida oma brändi vääringut kõrgemal ja kujundada endale vastav tarbijaskond. Pakendi kujundus ei ole ainus prestiiži määrav tegur, mida tarbijad järgivad.

Kolmandaks argumendiks tõid Indoneesia jt kulude tõusu aspekti, kuna tulenevalt TPP regulatsiooni uutest ja spetsiifilistest nõuetest, mis kehtivad Austraaliasse mõeldud tubakapakenditele kannavad tootjad lisakulutusi, et täita antud nõudeid. Siiski leidis vahekohus, et pakendi tootekulud oleksid sellises ulatuses või oma olemuselt sellised, et ei omaks rahvusvahelisele kaubandusele piiravat efekti, eriti arvestades, et tegemist on suuresti ühekordsete kuludega.¹⁰⁰ Siinjuures saab toonitada, et pakendid on olnud pidevas muutuses ja lisandunud on nii hoiatussildid kui kindlad turvaelemendid, mis on samuti tõstnud tootmiskulusid. Ühtlasi võiks just standardpakend vähendada tootmiskulutusi, kuna tubakatootjatel kaob vajadus toota erineva disaini ja elementidega pakendeid.

⁹⁶ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit*, lk 9

⁹⁷ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit*, lk 9

⁹⁸ Scollo, M. Did the recommended retail price of tobacco products fall in Australia following the implementation of plain packaging?. Centre for Behavioural Research in Cancer, Cancer Council Victoria, Melbourne, Victoria, Australia, 2014, lk 1. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/24/Suppl_2/ii90.full.pdf (15.03.2020)

⁹⁹ Opposing arguments (and how to counter them). *Op. cit*.

¹⁰⁰ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit*, lk 9

Üheks vahest kõige enam debatti pakkuvaks küsimuseks said alternatiivsed meetmed, mida saanuks kasutada Austraalia poolt soovitud tulemuse saavutamiseks. Indoneesia jt pakkusid välja neli alternatiivset meetet, millega Austraalia saanuks vähendada tubakatoodete tarvitamist, mis oleksid olnud vähem piiravad kui seda on TPP regulatsioon. Antud alternatiivid toodi välja ka TRIPS artikkel 20 kontekstis, kus küsimuse all olid TPP regulatsiooni „põhjendamatud“ meetmed.

Üheks alternatiivseks meetmeks pakuti tubakatoodete müügil vanusepiirangu tõstmist 18 eluaastalt 21 peale. Vahekohus leidis, et tegemist on täiendava meetmega mitte asendus meetmega.¹⁰¹ Tervikuna on siiski algatus tervitatav, kuna varasemad uuringud on näidanud, et enamik noori alustab tubakatoodete tarvitamisega just enne 21. eluaastat. Kuigi tubakamüük antud vanusegrupile ei ole suur, siis avaldab see mõju hilisemale tarbimiskäitumisele.¹⁰² Autor nõustub, et tegemist ei ole asendava meetmega ja vanusepiirangu meetmed omavad piiratud mõju. Siiski on käitumisharjumuste kujundamise aspektist tegemist tugeva argumendiga, kuna tegemist ei ole liigselt piirava meetmega tubakatööstusele ja meede on suunatud kõige mõjutavamale tarbijaskonnale. Teisalt ei ole vanusepiirangu tõstmine Eesti kontekstis ajaloolist tasuta arvestades kõige efektiivsem meede. Ühtlasi viitab meede ka *nanny state* fenomenile. Noorte harjumusi on parem suunata läbi hariduse ja tehes tubakatooteid vähem atraktiivseks kui need lihtsalt teatud vanusegrupile ära keelata. Meede oleks mõeldav riikides, kus ka alkoholi tarvitamise vanusepiirang on 21. eluaastat.

Samuti oleks võimalik langetada tubakatoodete tarvitamist läbi aktsiisi tõstmise, kui tõuseb aktsiis, siis muutuvad kallimaks tubakatoodet, mis muudab need ka vähem kättesaadavaks. Läbi selle väheneb ka tubakatoodete tarbijaskond.¹⁰³ Aktsiisimõju on tunnustanud nii WHO kui ka tubakatööstus¹⁰⁴, kuid antud meede teeb toote vähem kättesaadavaks pigem noortele ja madalama palgalisele elanikkonnale, ühtlasi ei likvideeriks aktsiis tubakatoodete pakendi atraktiivsust. Aktsiisi on põhjalikumalt analüüsitud Eesti kontekstis kolmandas peatükis.

Kolmandaks alternatiiviks pakkusid Indoneesia jt laialdasemad ja rohkem efektiivsemad teavituskampaaniad suitsetamisest loobumise ja tubakatoodete kahjulikkuse osas. Austraalia olid selleks hetkeks juba kriteeriumitele vastavad kampaaniad kasutusel ja selgusetuks jäi, kuidas oleks Austraalia pidanud oma avalikke teavituskampaaniaid muutma ja millised

¹⁰¹ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit*, lk 10

¹⁰² Chen, M.L. Winickoff, J.P. Gottlieb, M. Retail Impact of Raising Tobacco Sales Age to 21 Years. *Am J Public Health*. November 2014. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4202948/> (06.04.2020)

¹⁰³ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit*, lk 10-11

¹⁰⁴ Gilmore, A.B. Tavakoly, B. Hiscock, R. Taylor, G. Smoking patterns in Great Britain: the rise of cheap cigarette brands and roll your own (RYO) tobacco. *J Public Health*. Oxford Press. 2015 Mar; 37(1), lk 78-88

elemendid puudusid, millel oleks olnud suurem mõju saavutamaks eesmärki praeguste toimunud ja toimuvate kampaaniatega võrreldes, mis annaksid samaväärse tulemuse kui TPP regulatsioon.¹⁰⁵ Viimaseks argumendiks tõid Indoneesia jt Austraalia võimaluse korraldada imporditud tubakatoodete eelkontroll, tagamaks, et tubakatoodetel ei oleks eksitavat informatsiooni. Vahekohus antud argumendiga ei nõustunud, kuna meede tähendaks kulude tõusu tubaka maaletootjatele vastavuskontrolli tõttu. Kokkuvõttes leidis vahekohus, et mitte ükski antud meetmetest ei ole vähem kaubandust tõkestav. Ühtlasi ei ole ükski meede standardkujundusega pakendit asendav.¹⁰⁶

Riiklike kampaaniate argument on küll arvestatav, kuid Austraalia riiklikud tubaka vastased kampaaniad on olnud süstemaatilised ja kõikehõlmavad juba aastakümneid. Austraalia valitsus on ka rahvusvahelisel tasandil silmapaistnud oma jõuliste riiklike kampaaniatega.¹⁰⁷ Siiski nii mõnegi teise riigi puhul tuleks antud argument kõne alla, sest standardkujundusega pakend oma piirava natuuri poolest tõstatab küsimuse, kas riik on adekvaatselt ja proportsionaalselt kasutanud ka muid meetmeid. Eesti kontekstis analüüsib töö samuti, kas riiklik teavitustöö on olnud piisav. Austraalia puhul on pakutavad alternatiivsed argumendid paljuski küll põhjendatud, kuid ei täida soovitud eesmärki. Vaadates riike, kes standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni on kasutusele võtnud, siis iseloomustab neid riike paljuski väga tugev riiklik tubakapoliitika, millest ei puudu teavituskampaaniad ja kõrge aktsiis. Seega ei saa teatud riikide puhul pidada neid argumente kaalukaks, kuna kõrgem aktsiis ja rohkem kampaaniaid ületaksid ka mõistlikkuse piiri. Ühtlasi on tavaliselt standardkujundusega pakendi õigustuseks ka asjaolu, et tegemist on veel läbi proovitama meetmega ja teised meetmed ei anna enam soovitud tulemust. Tarbijat on võimalik mõjutada ühe meetmega vaid teatud piirini.

Vahekohtu otsus annab aimu, et kuigi tegemist on tervitatavate meetmetega, mida riigid võiksid lisaks kaaluda kui tubakapoliitika osa, siis ükski meede ei asenda standardkujundusega pakendi regulatsiooni eesmärki ja ei aita vähendada tubakatoodete atraktiivsust. Ühtlasi on tubakatoodetele kehtestatavad piirangud oma olemuselt vabakaubandust tõkestavad, kuna tegemist ei ole ainult meetme esialgse eesmärgiga, vaid üleüldiselt taotlevad kõik riigi poolsed meetmed tubakatoodete tarvitamise vähendamist ja seega langevad ka imporditavad kogused.

¹⁰⁵ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 11

¹⁰⁶ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 10-11

¹⁰⁷ Carol, T. Hill, D. Australia's National Tobacco Campaign. Tobacco Control. 2003. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/12/suppl_2/ii9 (20.03.2020)

2.2. Suurbritannia ja Prantsusmaa kohtupraktika

Prantsusmaa võttis vastu standardkujundusega pakendi regulatsiooni 2016. aastal, millele järgnes ka kohtuvaidlus. Kohtuasja hageja pooleks olid suured tubakatootjad nagu Japan Tobacco International, Philip Morris France SA ja British American Tobacco France SA, kuid lisaks nendele ka tööstust esindavad riiklikud ühendused. Kostja pooleks oli Tervishoiu ministeerium.¹⁰⁸ Sarnane kohtuasi toimus ka Suurbritannias peale standardkujundusega pakendi regulatsiooni tutvustamist.¹⁰⁹

Prantsusmaa kõrgeim kohus leidis siiski, et tubakatoodete standardkujundusega pakend on lubatav meede ja kooskõlas Prantsusmaa konstitutsiooniga. Hagejad väitsid, et vastav regulatsioon võeti vastu ilma korrektse eeltööt, mis hõlmas asjakohast mõjude uuringut ning sellest tulevalt väitis hagejate ring, et seadus võeti vastu ilma tõepäraste ja selgete kaalutusteta. Otsuses märgiti, et regulatsiooni vastuvõtmisele eelnesid arvukad diskussioonid parlamendis ja ei saa väita justkui oleks regulatsioon vastu võetud läbimõtlematult ja ilma selgete kaalutluste.¹¹⁰ Antud asjaolu tõestab, et riigid peavad olema suutelised näitama, et kõik osapooled on eelnõu menetluses ära kuulatud ja presenteerima teaduslikke uuringuid, mis tõestaksid nende seisukohta.

Prantsusmaa hagejad väitsid ka, et kuna tegemist on omandiõiguse küsimusega, siis peab vastav regulatsioon olema vastu võetud seadusandja poolt, kuna seab piirangud ja rikub omandiõigust. Standardkujundusega pakendi regulatsioon oli aga välja antud dekreedina. Prantsusmaa kõrgeim kohus aga antud seisukohaga ei nõustunud ja põhiseadusenõukogu märkis, et standardkujundusega pakendi regulatsiooni kehtestamise printsiip ja kontekst tuleneb seadusest. Seega on dekreei vastuvõtmisel järgitud põhiseadust.¹¹¹ Seega ei küsimuse alla mitte ainult proportsionaalsus ja legitiimne eesmärk, vaid hagejad testisid ka formaalsete

¹⁰⁸ EC, JT International SA, industrial operating company of tobacco and matches, Philip Morris company France SA and Others. The Council of State ruling. 23 December 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/litigation/2525/FR_Japan%20Tobacco%20International%20an_3.pdf (18.0.2020)

¹⁰⁹ The High Court of Justice Decision Upholding the UK's Standardized Packaging Laws: Key Points for Other Jurisdictions. McCabe Center for Law and Cancer, lk 1. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.mccabecentre.org/downloads/McCabe_Centre_-_Key_Points_on_UK_plain_packaging.pdf (28.04.2020)

¹¹⁰ France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. Tobacco Control Laws veebileht, lk 3. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/litigation/2525/FR_Japan%20Tobacco%20International%20an_1.pdf (09.03.2020)

¹¹¹ France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 3

reeglite järgimist. Formaalseste nõuete täitmata jätmine niivõrd olulise regulatsiooni puhul oleks olnud küsitav, kuid tubakatööstuse poolt siiski tõstatamist väärt.

Prantsusmaa otsuse kohaselt on kaubamärgi omanike õigused jätkuvalt tagatud ja kaitstud on kaubamärgi ebaseaduslik kasutamine kolmandate osapoolte poolt, kaubamärgi kujutamine on limiteeritud kujul, kuid mitte keelatud.¹¹² Ka Suurbritannia kohtuotsuses rõhutati, et brändi kujutamine ei ole keelatud ja ühtlasi on jätkuvalt lubatud müügiesitamise hulgimüügi puhul.¹¹³ Ühtlasi ei ole Suurbritannia kohtuotsuse kohaselt rikutud omandiõigust, kuna kaubamärk kuulub jätkuvalt kaubamärgi omanikule ja limiteeritud ei ole võimalust kaubamärki registreerida. Kohus rõhutas, et tegemist ei ole absoluutse positiivse õigusega ja kaubamärgi omanikel ei ole seaduse kohaselt õigus kasutada kaubamärki muutmata kujul. Kaubamärgi standardkujul kasutamine ei takista tubaka ettevõtete äritegevust.¹¹⁴

Tubakatööstus on jätnud mulje, et kaubamärgi standardkujundusega kasutamine on võrdväärne kaubamärgi kasutamise keelamisega. Juba eelnevalt on viidatud, et kohtud on tunnustanud kaubamärgi omanike huvi kasutada kaubamärki, kuid tegemist ei ole absoluutse õigusega ega ka liiga suure õiguste riivega arvestades standardkujundusega pakendi eesmärki.

Viimasteks põhilisteks vaidlusküsimusteks olid lubamatud piirangud kaubamärgi kasutamise õigusele, õigused intellektuaalsele omandile ja piiratud ettevõtlusvabadus. Kohus leidis, et kaubamärgi kujutamine pakendil on jätkuvalt lubatud ja seega on tooted teineteisest eristatud.¹¹⁵ Sarnane küsimus tõusetus ka Suurbritannia vaidluses. Ka seal leidis kohus, et brändi nime kujutamine pakendil tagab brändide eristatavuse teineteisest ja kasutamiskeeldu ei ole kehtestatud.¹¹⁶ Antud kontekstis kumab taaskord läbi asjaolu, et kuigi tubakatööstus väidab, et standardkujundusega pakend ei taga brändi eristust, siis on tegelikult sooviks säilitada tubakapakendi reklaamfunktsioon. Brändi eristus on sõnalisel kujul tagatud, kuid standardkujundusega pakend on suunatud eelkõige atraktiivsuse vähendamisele ja võtab brändi omanikult võimaluse kujundada kindel imidž, mida brändiga assotsieeritakse. See on ka üks piirangu eesmärke.

Ühtlasi leidis Prantsusmaa kohus, et tegemist ei ole ebaproportsionaalse meetmega ja viitas siinjuures deklaratsioonile, mis käsitleb inimese õigust tervisele, mille kohaselt on omandiõigust lubatud piirata rahvatervishoiu eesmärgil. Standardkujundusega pakend tagab, et

¹¹² France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 4

¹¹³ The High Court of Justice Decision Upholding the UK's Standardized Packaging Laws. *Op. cit*, lk 4

¹¹⁴ The High Court of Justice Decision Upholding the UK's Standardized Packaging Laws. *Op. cit*, lk 11

¹¹⁵ France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 4

¹¹⁶ The High Court of Justice Decision Upholding the UK's Standardized Packaging Laws. *Op. cit*, lk 4

tubakatoodete pakendit ei saaks kasutada reklaami eesmärgil ja siinjuures ei ole kuidagi piiratud tubakatoodete müüki. Ühtlasi märgiti, et tegemist ei ole ka samaväärselt kaubandust või ettevõtlusvabadust piirava meetmega.¹¹⁷ Alternatiivsete meetmete küsimust on pikemalt käsitletud ka Austraalia vaidluse kontekstis ja seega ei vaja üle kordamist, et ükski alternatiivne meede ei ole leidnud tubakatööstuse poolt esitatavates tõendites kinnitust, et standardkujundusega pakendit saaks teiste meetmetega asendada.

Suurbritannia kontekstis tuli arutlusele ka kompensatsiooni küsimus. Nimelt nõudsid tubakatootjad riigilt kompensatsiooni kaubamärgi kasutamise õiguse rikkumise tõttu. Briti ülemkohus lükkas antud nõude tagasi ja põhjendas, et omandiõigus, mida rikutakse on suunatud rahva tervist kahjustava toote müügiedendamisele ja seega ei ole kompensatsioon põhjendatud.¹¹⁸ Kompensatsiooni küsimus ei õigusta ennast eriti arvestades fakti, et laialdaselt on tõestatud, et riiklik panus tervishoidu on oluliselt suurenenud tubakatoodete tarvitamise tagajärjel. Ka tubakaaktsiis on mõeldud katmaks tervishoiu kulusid, mida saab seostada tubakatoodete tarvitamisega. Seega oleks tubakatööstusele kahjude hüvitamine põhjendamatu.

Mitmed Prantsusmaa vaidlusküsimused arutati ka Riiginõukogus. Kuigi hagejad tõid mitu erinevat seadusepunkti, mille vastuolu varasemate seaduste, rahvusvaheliste konventsioonide ja lepingutega kui ka põhimõtetega üritati väita, siis lükkas Riiginõukogu kõik antud nõuded tagasi tehes toodud aspektide osas ühe otsuse. Siinjuures ei olnud tegemist vaid mitte sisuliste küsimustega, vaid ka ulatusliku vaidlusega, kas administratiivseid nõudeid on järgitud.¹¹⁹

Hagejad viitasid Euroopa Liidu Toimimise Lepingu artiklile 34, millega keelatakse liikmesriikidevahelised koguselised impordipiirangud ja kõik samaväärse toimega meetmed ning väitsid, et standardkujundusega pakendit saab antud artikli kontekstis pidada samaväärseks piiravaks meetmeks. Riiginõukogu viitas oma otsuses artiklile 36, mis aga lubab seada keelde ja piiranguid artikli 34 osas ekspordi, impordi või transiitkaupade suhtes, kui need on õigustatud inimeste elu ja tervise kaitsmiseks.¹²⁰ Seega sarnaselt WTO lahendiga, jõudis ka Prantsusmaa seisukohani, et piirangud õigustavad ennast rahva tervise kaitse seisukohast. Siiski on märkimisväärne, et tubakatööstus on esitanud sarnaseid väiteid, kuigi üldjuhul jätavad seadused piirangud lahtiseks, seda eriti ettevõtlusvabaduse osas, kuna just tervist kahjustatavate toodete puhul võib tõstatuda küsimus, kas toodet peaks sellisel kujul turule lubama. Selge on ka asjaolu, et tubakatooted ei ole ainsad tooted, millele seatakse piiranguid ja seadusandjad on üldjuhul

¹¹⁷ France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 4

¹¹⁸ The High Court of Justice Decision Upholding the UK's Standardized Packaging Laws. *Op. cit*, lk 14

¹¹⁹ France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 5

¹²⁰ France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 16

sätestanud ka seaduses piirangute lubatavuse. Ebamõistlikkuse definitsioon on väga lai, kuid antud kontekstis väga selge.

Prantsusmaa hagejad tõid välja, et liikmesriigid võivad kasutusele võtta uusi meetmeid, mis ei ole veel Tubakadirektiivis adresseeritud ja puudub nii öelda harmooniline lähenemine, pakendikujunduse küsimus ja muud aspektid on aga direktiiviga juba kaetud. Otsuses viidati Euroopa Kohtu lahendile *European Union, Philip Morris Brands Ltd and Others v / Secretary of State for Health (aff. C-547/14)*, mille kohaselt ei tohi liikmesriigid keelduda tubakatoodete impordist, mis vastavad Tubakadirektiivis esitatud nõuetele, kuid jätavad endale õiguse kehtestada lisa meetmeid ilma, ilma et need läheksid vastuollu Tubakadirektiivi artikliga 24 lg-e 1. Lisaks näeb artikkel 24 lõige 2 ette liikmesriikide õiguse kehtestada erimeetmeid justnimelt rahvatervishoiu kaitse aspektist, mida standardkujundusega pakend ka taotleb.¹²¹ Kaitse ulatus võib liikmesriigiti olla varieeruv ja asjaolu, et ühe liikmesriigi kaitse ulatus on limiteeritum ei tähenda, et ulatuslikum kaitse oleks ebaproportsionaalne. Riikidel on võimalik siiski otsustada, kas soovitakse järgida miinimumstandardeid või kehtestada rahva tervise kaitse aspektist piiravamaid regulatsioone.

Lisaks leidis Riiginõukogu oma otsuses, et Tubakadirektiivis toodu on miinimumstandard, mida liikmesriigid peavad täitma, aga see ei täida piisavalt seatud eesmärki kuna ei panusta tubakatoodete pakendi atraktiivsuse vähendamisse ja ei kaota ära reklaami eesmärgil pakendi kasutamist ja kokkuvõttes ei taga Tubakadirektiiviga toodud pakendinõuded nii efektiivset tulemust kui standardkujundusega tubakatoodete pakendi regulatsioon.¹²² Antud käsitlus on oluline ka Eesti perspektiivist, kuna ka Eesti on praeguse hetkeni jälginud miinimumstandardeid tubakapakendi puhul.

Suurbritannia vaidluses peatus kohus ka tubakatööstuse poolt esitatud tõendites. Tõendid hinnati puudulikuks ja paljud toodud seisukohad olid põhjendamata. Ühtlasi viitas Briti ülemkohus ka asjaolule, et tubakatööstus pole väidete korral esitanud ka sisemisi dokumente, mis antud seisukohti tõestaksid.¹²³ On selge, et tubakatööstus ei ole soovinud kohtumenetluse käigus jagada siseinformatsiooni või puuduvad neil vajalikud tõendusmaterjalid.

Prantsusmaal ja Suurbritannias aset leidnud vaidlused annavad paremini aimu tubakatööstuse poolt toodud argumentidest, mis puudutavad ka Euroopa Liidu õigusakte. Nähes erinevat variatsiooni õiguslike küsimuste osas, mida hagejad on toonud, siis on lähenetud igast võimalikust aspektist alustades Euroopa Liidu ja siseriiklike õigusaktide formaalsest

¹²¹ France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 18

¹²² France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. *Op. cit*, lk 6

¹²³ The High Court of Justice Decision Upholding the UK's Standardized Packaging Laws. *Op. cit*, lk 17

kehtivusest ja legitiimsusest kuni sisuliste küsimusteni välja, mis puudutavad ka standardkujundusega pakendi proportsionaalsust. Arvestades asjaolu, et kõik hagejate argumendid lükati ümber, siis on selge, et tegemist on proportsionaalse meetmega Prantsusmaa ja Suurbritannia kohtuotsuste kohaselt.

Ühtlasi annab argumentide mitmekesisus mõista, et tubakatööstus ei allu ilma võitluseta ja ollakse valmis tooma argumente, mille paikapidavus on eos ümber lükatud. See aga tekitab küsimuse, milleks antud vaidlust pidada eriti arvestades, et Maailma Kaubandusorganisatsiooni vahekohus on oma lahendis paljusid aspekte juba katnud. Siinjuures tulebki mängu asjaolu, et tubakatööstus kavatseb tõenäoliselt mitte alistuda ilma võitluseta ja on valmis seda tegema igas riigis, kus regulatsioon kehtestatakse, kuna siseriiklik õigus või varasem puudulik tubakapoliitika võivad avada võimaluse alternatiivseks lahendiks ja öelda, et antud riigi kontekstis ei ole tegemist proportsionaalse meetmega, kuna muud olulised meetmed suitsetamise vähendamise eesmärgil ei ole kasutatud. Näiteks võiks siinjuures tuua puuduliku reklaamikeelu või varasemalt tubakatoodeltel puuduvad hoiatussildid, mis tähendaks seda, et tubakatööstus saaks tuua argumendina, et muudatus on ebamõistlik võrreldes varasemalt kehtinud regulatsiooniga ja seega rikub õigustatud ootust, et tavapäraselt muutub seadus piiravamaks järkjärgult või saab väita, et efektiivsed vähem piiravad meetmed on kasutamata ja näiteks reklaamikeelu osas annaks tuua argumendi, et tegemist on samaväärse meetmega, mis aitab vähendada tubakatoode atraktiivsust. Rahvatervishoid on siin siiski ülim argument ja on siiani vaidlusele andnud selge tulemi ja ei ole kindel, kas leidub mõni riik, mis oleks valmis jätma piirangud kehtestamata võttes arvesse rahvatervise heaolu. Ei saa väita, et tubakatööstus oleks kohtuasja juba ette kaotanud ja tõenäoliselt on tegemist ka avaliku arvamuse kujutamisega ja seda eriti riikides, kus tubaka tarvitamine on laialdaselt levinud.

Teisalt on selge, et vaadates riike, mis antud regulatsiooni on kasutusele võtnud, on tegemist riikidega, kus tubakapoliitika on olnud kindlalt piirangute poole liikuv ja saab väita, et erinevad alternatiivid on kasutatud ja võetakse viimased tubakatooteid propageerivad aspektid, mille piiramine panustab tubakatoode vähendamise eesmärki. Seega on tõenäoliselt tubakatööstusele olulised meetmed müügiedendamiseks juba likvideeritud ja vaidlus on põhjendatud, kuna säilib võimalus, et konkreetse riigi seadusest leitakse vajakajäämisi.

3. Standardkujundusega pakendi perspektiiv Eestis

3.1 Eestis kehtivad nõuded tubakapakendile

Eesti on viimasel aastakümnel liikunud väga selgelt ja mitmekülgsest regulatsioonide karmistamise suunas ja asjakohane on vaadata ka milline on tubakapakendi regulatsioon täna ja kuidas on toimunud muutused võrreldes varasemaga. Analüüs on oluline, kuna aitab mõista, kui kaugel on Eesti standardkujundusega pakendist ja millised elemendid on juba regulatsioonis olemas.

Eestis on tubakapakendile esitatud nõuded reguleeritud tubakaseadusega (TubS), TubS § 4 eristab nii müügipakendit kui rühmapakendit pakendiseaduse¹²⁴ § 3 lg 1 punktide 1 ja 2 tähenduses ning antud seadus näeb ette teatud erisusi pakendinõuetele vastavalt asjaolule, kas tegemist on müügi- või rühmpakendiga.

TubS § 11 sätestab tubakapakendile kohaldatavad üldnõuded, millega keelatakse kasutada tubakatoote pakendi kuju ja märgistust, mis võib tarbijat eksitada pakendi sisu suhtes ning pakend ei tohi sarnaneda toidukauba või kosmeetikatoote omaga. Pakendile on keelatud lisada teavet, tekste ja kujutisi, mis on näiteks suunatud tubakatoote reklaamile või soodustavad tubakatoote tarbimist või loovad väärar mulje tooteomaduste, tervisemõju, -riskide või eralduvate ainete kohta. Samuti on keelatud teave tubakatoote nikotiini-, tõrva- või vingugaasisisalduse kohta ja viidata maitseomadustele või lõhnale sh nende puudumisele.

Keelatud on ka tubakapakendid, mis loovad eksitavalt mulje, et tubakatoode on vähem kahjulik kui muud tubakatooted või selle kasutamine vähendab suitsu kahjulike koostisosade mõju või et sellel on näiteks ergutav, jõudu andev, raviv, noorendav, looduslik või orgaaniline omadus või muu positiivne mõju tervisele või elustiilile (TubS § 11 lg 2 p 3). Eelviidatud paragrahvi teised punktid keelavad ka lisada teabe, mis võib viidata keskkonnavalastele eelistele (näiteks pakendi biolagunduvus) või viitab kuidagi majanduslikule kasule. Tubakapakendit on keelatud kasutada müügiesitamise seisukohast ja seega on keelatud trükitud kupongid, millega pakutakse allahindlust, tasuta jagamist, kahte ühe hinnaga ja muid selliseid soodustusi.

Seega on Eestis juba oluliselt piiratud võimalust kujutada tubakapakendil eksitavat ja tarbijat mõjutavat informatsiooni. Asjaolu on oluline, kuna lubamatuks peab pidama tarbija mõjutamist

¹²⁴ Pakendiseadus.- RT I, 13.03.2019, 103.

kujul justkui oleks teatud tubakatooted tervist vähem kahjustavad või loovad tarbijale meeldivama kuvandi tubakatoodete tarvitamisest. Antud eesmärk on ka üks põhilisi standardkujundusega pakendi argumentidest. Sest kuigi Eestis on sellise informatsiooni kujutamine keelatud, siis on brändi kujutaval logol ja disainil samuti tarbijat kallutav mõju. Meeldivat kujundust võib pidada samaväärselt tarbijat eksitavaks, kuna see loob vale kujutuspildi justkui on teatud brändi tarbimine prestiižne ja seega rohkem aktsepteeritav. Samamoodi mõjutab teatud brändi kuvand avalikku arvamust justkui oleks teatud brändi tarbijaskonna tegevus vähem taunitav, kuna tarbitavad tooted on avaliku arvamuse kohaselt meeldivamad.

TubS § 11 lg 4 keelab märgistuse trükkimise läbipaistvale ümbrisele, mida kasutatakse tubakatoote pakendamisel. Seadus näeb ette ka selged nõuded tubakapakendi kujule ja materjalile. TubS § 11 lg 5 kohaselt peab müügipakend olema risttahukakujuline ja suitsetamistubaka müügipakend peab olema risttahuka-, silindri- või taskukujuline. Sigarettide müügipakend peab olema kartongist või pehmest materjalist. Siiski on lubatud erimõõtmetes pakend, mis taaskord aitab muuta teatud pakendi meeldivamaks. Näiteks peenikesed sigaretid on tavapäraselt õhukeses ja väiksemas pakendis, mis teeb pakendi meeldivamaks. Standardkujundusega pakendi regulatsioon näeb ette, et vaatamata sigarettide suurusele jääb pakend standardformaati.

Positiivne on asjaolu, et Eestis on piiratud erinevate materjalide kasutamist pakendil. Samuti erineb regulatsioon standardkujundusega pakendi regulatsioonis asjaolus, et lubatud on erinevad värvilahendused ja disain. Eestis müügil olevad pakendid on tihtipeale läikivad ja kujutavad meeldiva ning eriskummalise kujundusega logosid. See on aga üks põhilisi probleeme, kuna muudab pakendi atraktiivsemaks ja seda eriti nooremale kontingendile.

TubS § 12 reguleerib täpsemalt tubakatoodete pakendi märgisuse nõudeid. Nii müügipakendil kui ka rühmpakendil (v.a. juhul kui sigarettide rühmpakend on läbipaistev) peavad olema lisatud vastavad terviseohu hoiatused. Ühtlasi peab olema välja toodud tubakatoote liik, filtri puudumine, tootemark, tükiarv või kogus grammides ja tootjapartii tähistus. Lubatud on kasutada ka kleebist, mis antud informatsiooni edasi annab. Kleebise kinnitus peab tagama, et seda ei saa pakendit kahjustamata eemaldada ja tekst peab olema kulumiskindel.

Tubakapakenduse kõige spetsiifilisemalt reguleeritud aspektiks on terviseohu hoiatused. Tubakatoodete terviseohu hoiatuse sisu on reguleeritud TubS § 13 poolt ja selle paiknemise ja ulatuse nõuded on toodud TubS § 16. Terviseohu hoiatussildid on ka standardkujundusega pakendi kontseptsiooni lahutamatuks osaks.

Tubakatoote terviseohu hoiatused jagunevad TubS § 13 lg 1 kohaselt terviseohu üldhoiatustekst, terviseohu lisateabeks ja terviseohu ühendhoiatusteks. Hoiatussiltidega seonduv muutus paljuski 2016. aastal kui vastu võeti uus regulatsioon. Kuigi ka varasemad seadused kohustasid terviseohu hoiatustekste ja pilte lisama, kuna need tulid paljuski Tubakadirektiivist ja on ette nähtud ka WHO raamkonventsiooniga, siis polnud muudatus niivõrd drastiline, kuid tõi siiski uued spetsifikatsioonid ja uued hoiatusloosungid. TubS § 13 lg 2 kohaselt on terviseohu üldhoiatusteks „Suitsetamine tapab – loobu kohe.” ja TubS § 13 lg 3 sätestab terviseohu lisateabe tekstiks „Tubakasuits sisaldab üle 70 teadaolevalt vähki tekitava aine.”. Mõlemad eelmainitud hoiatused peab kandma sigarettide ja suitsetamistubaka müügipakendi. Kõik hoiatused peavad olema eesti keeles. TubS § 13 lg 5 näeb ette neliteist erinevat ühendhoiatust, mida pakend võib sisaldada, näiteks „Suitsetamine põhjustab igast kümnest kopsuvähijuhtumist üheksa.” Ühendhoiatust peab katma 65% pakendi vastavast välispinnast. Üldhoiatust ja terviseohu lisateave kantakse sigarettide ja suitsetamistubaka pakendi külgsinna alumisele osale ning see peab katma 50% külgsinna. Samuti on sarnaseks Suurbritannia ja Prantsusmaaga kohustus lisada silt „Loobumisel leiad abi www.tubakainfo.ee”.

Ühendhoiatust kantakse sigarettide ja suitsetamistubaka müügipakendi ja seda vahetult ümbritseva rühmapakendi kõige nähtavamale sinnaile ning teisele hästi nähtavale sinnaile. Sigarite ja sigarillode müügipakendile on samuti ette nähtud sarnased nõuded. Müügipakendi ja seda vahetult ümbritseva rühmapakendi kõige nähtavamale sinnaile kantakse terviseohu üldhoiatust ja teave suitsetamisest loobumise kohta. Vastava pakendi teisele hästi nähtavale sinnaile kantakse ühendhoiatuste teksthoiatused. Ühendhoiatuste kõige olulisem element on nähtavus ehk hoiatus tuleb lisada kõige nähtavamale sinnaile ja teisele kõige nähtavamale sinnaile. Siltidel puhul on sätestatud ka minimaalsed mõõtmed tagamaks, et siltide samaväärne mõju oleks olemas ka väiksemat formaati pakendite osas, kus protsent sinnaist ei pruugi täita oma eesmärki. Ühtlasi tagab see tõenäoliselt ka võimalikud vangerdused tubakatootjatelt, et ei kasutataks ebamõistliku suurusega pakendeid, kuigi tubaka pakendis sisalduvad miinimumkogused tagavad selles paljuski niikuinii.

Seadusega on ettenähtud ka hoiatussiltide kirjatüüp, taust, kujundus, paigutuse spetsiifika ja kasutatavad värvid. Kirja suurus peab võimaldama katta nõutava teksti jaoks ettenähtud valgest taustast võimalikult suure osa. Siiski varjutab pakendi disain tihtipeale terviseohu hoiatussildid. Standard värvilahendus aitaks paremini tagada hoiatussiltide märgatavust ja aitaks suurendada nende mõju. Siinjuures võib öelda, et valge ja mustaga trükitud hoiatussildid on heledal pakendil vähem märgatavad kui tumedal pakendil. Kindel lubatud värv aitaks hoida mõju

ühtlasena, vaatamata värvi valikust. Kuna enamik riike on valinud tubakapakendi värviks tumepruuni, siis toetab see ka argumenti, et tumedal pakendil on hoiatussildid paremini nähtavad.

Standard pakend on mänginud olulist rolli vähendamaks võimalust kasutada pakendit kui reklaami pinda ja kasutada seda vastupidiselt hoopiski terviseohtudest harimise vahendina. Uuringud on leidnud, et kõige enam avaldavad mõju terviseohu hoiatuse pildid.¹²⁵ Seega on Eesti astunud olulisi samme tubakapakendite standardiseerimise suunas ja vahest juba jõustanud ühe õige mõju avaldavama piirangu. Siiski peaks Eesti kaaluma suuremate pilthoiatuste kehtestamist, kuna pilthoiatustel on kõige suurem mõju tulenevalt nende häirivast sisust. Eesti on kehtestanud Tubakadirektiivis toodud miinimum suurusega terviseohu hoiatussildid, kuid miinimum standardite jälgimine ei too kõige paremat tulemust.

Eesti tubakatoodete pakendamise regulatsioon nii karm kui Tubakadirektiivi kohasel oleks võimalik. Nimelt näeb Tubakadirektiivi artikkel 24 punkt 2 ette võimaluse kehtestada standardkujundusega pakendi regulatsiooni, mis tähendab luba võtta vastu Tubakadirektiivist piiravama lähenemise. Liikmesriikidel on õigus säilitada või kehtestada lisanõuded, mis on kohaldatavad kõikide tema turule viidavate toodete suhtes seoses tubakatoodete pakendite standardimisega, kui see on rahvatervise seisukohast põhjendatud, võttes arvesse käesoleva direktiiviga saavutatud inimeste tervise kaitse kõrget taset. Tubakadirektiivi kohaselt peavad sellised meetmed olema proportsionaalsed ega tohi olla suvalise diskrimineerimise vahendid või liikmesriikide vahelise kaubanduse varjatud piirangud. Eesti on jäänud tubakapakendi piirangutel seega leebemaks, mis ei tähenda, et tulevikus seda suunda ei muudeta.

3.2 Standardkujundusega tubakapakend on efektiivne

Standardkujundusega tubakapakendid on pakkunud palju debatti aspektist, kas tegemist on üleüldse efektiivse meetmega, eriti arvestades asjaolu, et tegemist on kaubamärgi õiguse kasutamist oluliselt piirava meetmega. Põhjendatud on kahtlus kuivõrd suudab tubakatoodete pakend mõjutada tarbija harjumusi ja läbi selle panustada tubakatoodete tarvitamise vähenemisse.

¹²⁵ Health warnings on packages do work. Maailma Terviseorganisatsioon. 2009. Kättesaadaval arvutivõrgus: <http://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/tobacco/world-no-tobacco-day/2009-tobacco-health-warnings/health-warnings-on-packages-do-work> (16.03.2020)

Kuna küsimus on olnud päevakorral juba mitu dekaadi, siis on tehtud massiliselt teaduslikke uurimusi võimalikest mõjudest ja seda eriti riikide poolt, kes on soovinud vastavat regulatsiooni vastu võtta. Oktoobriks 2016 oli vastavate uuringute arv juba üle 75. Suurte riiklike uuringute taga on näiteks Suurbritannia, Austraalia, Iirimaa ja Kanada. Palju viidatud raporteid ühendavad sarnased tulemused, mis kasutavad siiski erinevaid uurimismeetodeid, mis lubab pigem uurimustöid usaldada.¹²⁶ Austraalias langes näiteks suitsetajate osakaal 2014-2015 vahemikus 14,7%-ni, vastav näitaja 2011-2012 oli aga 16,1%. Aastaks 2014 oli 12-17 aastaste suitsetajate osakaal langenud 5%-ni võrreldes varasemate aastate statistikaga (2008 ja 2011), kus näitaja oli 7%.¹²⁷

Peale Austraalias standardkujundusega pakendi regulatsiooni kehtestamist tehti ka mõjude analüüs. Analüüsi käigus selgitati ka Austraalia suitsetamise langustendentsi enne uut regulatsiooni, mis ajendas vastu võtma uusi meetmeid. Nimelt oli 2010. aastal suitsetajaid 18,1% ja leiti, et enamik suitsetajaid alustab varem kui 18 aastasel. Ühtlasi leiti, et mida varem alustatakse suitsetamisega, seda vähem tõenäoline on harjumuse muutmine.¹²⁸ Leiti, et suitsetajate vähenemise trend on languses, mis andis aimu, et kehtivad meetmed mõjutavad tarbijaid aina vähem ja aasta aastalt oli näha madalamaid protsente. Seega oli vaja uusi meetmeid, mis suudaksid tarbijaharjumusi muuta, vastasel korral ei suuda riiklik tubakaregulatsioon täita oma eesmärki.¹²⁹

Varasemalt on kindlaks tehtud mitmete uuringute käigus, mille nii lähenemisviis kui ka uuritavate riikide mitmekesisus lubab tõendada, et tubakatoodete reklaamil ja müügiesitamise meetmetel on oluline mõju tubakatoodete tarvitamise tõusu trendile, mis väljendub nii uue alles alustava tarbijaskonna näol kui ka tubakatoodete tarvitamise üldise näitaja osas.¹³⁰ Ühtlasi on erinevatel müügiesitamise meetmetel oluline roll mängida kui asi puudutab noorte tubakatoodete tarvitamist, nimelt on kindlaks tehtud, et noored on rohkem vastuvõtlikud reklaamile ja müügiesitamise võtetele ning eespool mainitud võtted soodustavad suitsetamisega alustamist. Samuti mõjub see negatiivselt suitsetamisest loobumise

¹²⁶ Plain Packaging of Tobacco Toolkit Guide 2.1 Evidence review, lk 2. Kättesaadav: https://www.tobaccofreekids.org/assets/microsites/plainpackaging/Policy-Guides_Plain-Packaging-Toolkit_EN.pdf (04.05.2020)

¹²⁷ Plain Packaging of Tobacco Toolkit Guide 2.1. *Op. cit.*, lk 1

¹²⁸ Post-Implementation Review Tobacco Plain Packaging. Australian Government. Department of Health. 2016, lk 8-9. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://ris.pmc.gov.au/sites/default/files/posts/2016/02/Tobacco-Plain-Packaging-PIR.pdf> (28.04.2020)

¹²⁹ Post-Implementation Review Tobacco Plain Packaging. *Op. cit.*, lk 10

¹³⁰ The Role of the Media in Promoting and Reducing Tobacco Use. National Cancer Institute. Tobacco Control Monograph No. 19. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute. NIH Pub. No. 07-6242, June 2008, lk 16. Kättesaadav arvutivõrgus: https://cancercontrol.cancer.gov/brp/tcrb/monographs/19/m19_complete.pdf (23.03.2020)

soovijatele muutes selle raskemaks ja väljendub üleüldises tubakatoode tarbijaskonna laienemises.¹³¹

Tubakatööstus on teinud vastakaid avaldusi ja toonud teineteisele vasturääkivaid argumente erinevate vaidluste raames. Suurbritannias aset leidnud debatis ja konsultatsioonide käigus tõid tubakatööstus ettevõtted välja, et pakend ei ole samaväärne reklaami või müügiedendamise meede ja pakendi funktsioon on hoopis teistlaadi. Samas aga siseriiklikus vaidluses Austraalias tegid tubakatööstuse esindajad otsese võrdluse pakendi pinna kasutamise brändingu eesmärgil ja reklaamtahvlite vahel.¹³²

Mitmed tubakatööstuse enda poolt tehtud uuringud või avaldused on samuti viidanud asjaolule, et bränd, brändile omased logod, pakendi värvilahendus ja disain on olulised karakteristikud, selleks, et brändi imago oleks positiivne ja tarbijale meeldiv ning vastuvõetav. 2001. aastal on ka British American Tobacco toonud välja, et pakend on äärmiselt oluline vahend, millega adresseerida tarbijaskonda ja eriti oluline on brändi atraktiivsus ning pakendi moderne disain täiskasvanud tubakatoode tarvitajate puhul, kelle vanus jääb alla 30 eluaasta. Philip Morris on maininud aastal 1994, et pakend on nende viimane ja oluline müügiedendamise vahend, mis kommunikeerib soovitu otse tarbijale ja seda ka juhul kui kõik muud reklaamivahendid on ennast ammendanud või puuduvad. Seega saab väita, et pakend on oluline vahend, mida tubakatööstus on kasutanud nii reklaamivahendina kui ka tekitades endale olulist tarbijaskonda vastavalt demograafilistele näitajatele ja valides oma sihtrühma. Eriti oluline on brändi mõju nooremale tarbijaskonnale.¹³³

Võib tekkida küsimus, miks toovad uuringud tõestusmaterjalina tubakatööstuse avaldusi aastakümnete tagusest ajast, kuid see on mõistetav tulenevalt asjaolust, et kuigi tubakatoode tarvitamisega on võideldud aastaid, siis ei ole nii piiravalt nagu täna varem lähenetud ja mida rohkem on riigid asunud keelama tubakatoode reklaamivõimalusi seda vähem on ka tubakatööstus avalikult välja öelnud, mida nad teavad olevat tõhusad kommunikatsiooni perspektiivist, mis mõjutavad tubakatoode tarvitamise harjumusi.

Austraalia riiklik terviseorganisatsioon leidis oma analüüsi käigus, et tubakatoode standardkujundusega pakendi regulatsioon tuleks vastu võtta, kuna antud regulatsioonil oleks mõju nooremale tubakatoode tarbijaskonnale, kuna just noored assotsieerivad tubakatoode

¹³¹ Preventing Tobacco Use Among Youth and Young Adults: A Report of the Surgeon General. United States Department of Health and Human Services. Office on Smoking and Health. Atlanta, 2012, lk 487. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK99237/> (05.03.2020)

¹³² A Practical Guide to Policy Development and Drafting Legislation for Tobacco Plain Packaging. *Op. cit.*, lk 4

¹³³ Post-Implementation Review Tobacco Plain Packaging. *Op. cit.*, lk 10-11

brändinime ja pakendi disaini kui positiivset ja isiklikku karakteristikut. Pakendil kujutatul on potentsiaalne tarbijat eksitav mõju, kuna nikotiini sisalduse määra ja muu teave, mida pakendil kujutatakse võib tarbija panna uskuma, et tegemist on vähem tervist kahjustava tootega. Samuti leiti, et tubakatoodete standardkujundusega pakend aitab rohkem esile tõsta terviseohu hoiatussilte ja pilte, mis aitavad vähendada suitsetamise ja tubakatoodete pakendi atraktiivsust, kuna tõstavad esile negatiivsed aspektid ja aitavad paremini tõsta tarbijaskonna teadlikkust ohtudest. Samuti märgiti, et vähenenud disaini elemendid tubakatoodete pakendil aitavad vähendada tubakapakendi meeldivust ja aitavad tajuda suitsetamist kui vähem nauditavat ja soovitud tegevust.¹³⁴

Uuringu tulemustel saab öelda, et Austraalias tarbijaskond tunnistas, et pakendi atraktiivsus on langenud peale standardkujundusega pakendi kasutusele võttu. Regulatsiooni eelselt leidis 58,6% tarbijatest, et neile ei meeldinud pakend ja nad ei pidanud seda atraktiivseks, samas kui aasta jooksul peale standardkujundusega pakendi kasutusele võttu oli antud näitajaks 85%. Samuti tõusid tubakatoodete tarvitajate kaebused osas, mis puudutasid tubaka kvaliteeti, vähenes rahulolu ja toote hinna ja kvaliteedi suhe ei rahuldanud tarbijaid. Suurimad muutujad olid justnimelt noorema tarbijaskonna näitajad, mis langesid enim.¹³⁵

Samuti leidis kinnitust fakt, et tarbijad ei seostanud enam brändi glamuuri ega teatud prestiižiga ja pidasid kõiki tubakatooteid kvaliteedilt pigem sarnaseks, kuigi tubakatootjad üritasid jätkuvalt väita, et tubakatooted jäävad samaks ka peale pakendi muutmist.¹³⁶ Uuringud on ühtlasi näidanud, et terviseohu hoiatussildid kaotavad oma esmase mõju ning mängivad järjest väiksemat rolli tubakatoodete vähendamise osas. Austraalia puhul on analüüsitud, et pilt- ja tekstihoiatuste mõju aga taas kasvas peale standardkujundusega pakendi kasutusele võtmist ja nende mõju on kas samaväärne või suurem kui pärast esmast hoiatussiltide lisamist.¹³⁷

Ülalmainitud tulemused lubavad eeldada, et tulemused on pikaajalised ja hakkavad tarbijat mõjutama aja möödudes. Tubakatööstus on väitnud, et tegemist ei ole efektiivse meetmega, kuid kui vaadelda antud uuringute tulemusi, siis on selge, et mõju on pikaajaline ja tõenäoliselt

¹³⁴ Post-Implementation Review Tobacco Plain Packaging. *Op. cit.*, lk 12

¹³⁵ Wakefield, M. Coomber, K. Zacher, M. Durkin, S. Brennan, E. Scollo, M. Australian adult smokers' responses to plain packaging with larger graphic health warnings 1 year after implementation: results from a national cross-sectional tracking survey. *BMJ Open*, 2015, lk 20. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/24/Suppl_2/ii17.full.pdf (27.03.2020)

¹³⁶ Wakefield, M. Coomber. *Op.cit.*, lk 23

¹³⁷ Dunlop S.M, Dobbins T. Young J.M. Impact of Australia's introduction of tobacco plain packs on adult smokers' pack-related perceptions and responses: results from a continuous tracking survey. *BMJ Open* 2014, Vol. 4, lk 8. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://bmjopen.bmj.com/content/bmjopen/4/12/e005836.full.pdf> (08.04.2020)

suudetakse adekvaatselt hinnata meetme panust tubakatoodete tarvitamise langustrendi alles aastate pärast.

Standardkujundusega pakendite regulatsiooni järgselt leiti samuti, et tubakatoodete tarvitajatel tekkis suurem motivatsioon loobumiseks. Osad uuringud on näidanud, et suitsetajatel tekkis kuue kuu jooksul suurem motivatsioon suitsetamisest loobumiseks ja teised uuringud on näidanud, et antud efekt saabus aasta jooksul. Suuremad hoiatussildid mõjusid Austraalias seega positiivselt. Samuti on tuvastatud hoiatussiltide puhul käitumisharjumusi. Näiteks hakkasid tarbijad tihti küsima teistsuguse hoiatuspildiga pakendit, pakendit peideti kaasviibijate eest rohkem ja ühtlasi märgati restoranides järjest vähem nähtavaid tubakapakendeid. Antud tendents näitab, et tarbijaid ennast häirivad pilthoiatused ja hoiatavad tekstid, mis on positiivne, kuna see tähendab, et nende teadlikkus on tõusnud ja nad üritavad seda vältida. Hoiatussiltide vältimismuster näitab, et sellised tarbijad on mõjutatavad ja see viitab ka suuremale võimalusele, et antud tarbijaskond tubakatoodete tarvitamise ka lõpetab.¹³⁸ Standardkujundusega pakend mängib olulist rolli terviseohu siltide mõju osas. Siinjuures peaks ka Eesti kaaluma suuremaid terviseohu tekste ja pilthoiatusi, kuna eelnev uuring lubab loota, et Eesti saaks ka ilma koheselt standardkujundusega pakendit kehtestamata, mõjutada arvalikku suhtumist tubakatoodetesse ja muuta pakend ebameeldivamaks. Austraalia sildid suuremate mõõtmetega kui Tubakadirektiivis kehtestatud, seega võib kaaluda pilthoiatuste puhul Tubakadirektiivist karmimat regulatsiooni.

Peale tubakatoodete standardkujundusega pakendi kasutamisele võtmist viidi vastavad uuringud läbi ka Prantsusmaal ja Suurbritannias. Prantsusmaal leidsid 77% küsitlusest, et pakend on igav; 63% leidsid, et pakend on inetu; 66% ütlesid, et nad ei sooviks pakendit osta ja 60% ütlesid, et pakend ei ole eriti tähelepanu köitev. Noored alla 25-eluaasta ja naised olid enim mõjutatavad ja leidsid, et tavaline pakend on atraktiivsem ja pigem tooted tarvitama kallutav.¹³⁹ Standardkujundusega pakend on seega täitnud vähemalt osaliselt oma eesmärgi, kuna atraktiivsus on vähenenud. Antud statistika on märkimisväärne, kuna just noori olnud keeruline mõjutada, aga pakendivälimus tundub olevat tõhus meede.

Seega on mitmete uuringute kohaselt võimalik järeldada, et tegemist on tõhusa meetmega võitluses tubakatoodete tarvitamisega. Mitmed uuringud on näidanud, et tubakapakendi standardkujundus muudab tubakatoote tarbijatele vähem atraktiivseks ja ühtlasi panustab

¹³⁸ Wakefield, M. Coomber. Op.cit, lk 23

¹³⁹ Plain packaging of tobacco products: measures to decrease smoking initiation and increase cessation. Maailma Tervishoiu Organisatsioon. 2014, lk 2. Kättesaadav arvutivõrgus: http://www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0011/268796/Plain-packaging-of-tobacco-products,-Evidence-Brief-Eng.pdf?ua=1 (04.03.2020)

seega riiklikku eesmärki vähendada tubakatarvitajate osakaalu. Disainil ja prestiižetel kaubamärkidel on tarbijatele ja eriti noortele oluline mõju, mis kujundab nende harjumusi. Vahest kõige enam võiks siinjuures väita, et tegemist on tõhusa meetmega mitte ainult uuringute pinnalt, vaid vaadates ainuüksi kui tugevat vastupanu on tubakatööstus standardkujundusega pakendi regulatsioonile osutanud.

3.3 Eesti tubakapoliitika suundumused

Eelmine peatükk analüüsis peamisi intellektuaalse omandiga seonduvaid küsimusi, kuid üheks põhiliseks argumendiks on olnud asjaolu, et tegemist ei ole proportsionaalse meetmega ehk kuna riikide eesmärk on vähendada suitsetamist ja kaitsta rahva tervist, siis on selleks alternatiivsed meetmed, kuidas antud eesmärki saavutada. Seega ei ole vaidlused tõusetunud ainult perspektiivist, kas kaubamärgi kasutamine on absoluutne õigus, vaid esitatud on õigustatud küsimus, kas soovitud eesmärki ei saaks saavutada ilma tubakatootjate intellektuaalseomandi õiguse piiramise, mis tähendaks, et sellise põhimõtte kohaselt peaksid riigid näitama, et muid meetmeid on juba piisaval määral kasutusele võetud. Viimaseks küsimuseks tõusetub asjaolu, et isegi kui riikidel on õigus antud regulatsiooni kehtestada, siis kas tegemist on üleüldse efektiivse meetmega, mis panustab suitsetamise vähendamisse.

Eelnevates peatükkides on vastatud mitmetele küsimustele selles osas juba, kas antud regulatsioon on üleüldse legitiimne ja asjakohane. Eelmise peatüki kontekstis saame väita, et tegemist on efektiivse meetmega tubakatoodete tarvitamise osas ja seega peaks Eesti kaaluma antud regulatsiooni kehtestamist. Siiski tuleks vaadata ka proportsionaalsuse perspektiivist, kuidas kajastuvad tubakatööstuse poolt vastuargumendid Eesti kontekstis.

3.3.1 Tubakapoliitika Eestis ja statistilised näitajad

Eelnevates peatükkides analüüsitult on andnud mõista, et standardkujundusega pakendi regulatsioon on vaid üks osa riiklikust tubaka regulatsioonist ja tubakapoliitikast. Selleks, et riigil oleks õigust niivõrd piiravat meedet kehtestada, peaks riik olema suuteline näitama, milline on laiahaardeline tubakapoliitika ja kuhu paigutub standardkujundusega pakendi regulatsioon. See tähendab, et riik peab olema suuteline näitama, et meetmeid ei kehtestata läbimõtlematult ja et antud piirav meede õigustab ennast riikliku tubaka poliitika kontekstis.

Eestis kehtiva tubakapoliitika aluseks on 2014. aastal valitsuse heakskiidetud tubakapoliitika roheline raamat, mis koostati sotsiaalministeeriumi koordineerimisel ning ekspertide ja huvigruppide koostöös. Antud Tubakapoliitika roheline raamat keskendub mitmele aspektile,

mille üldiseks eesmärgiks on rahva tervishoiu edendamine. Peamised strateegiad, mida Tubakapoliitika roheline raamat katab on eesmärgipärane tubakatoodete atraktiivsuse vähendamine üldsusele, tubaka alternatiivtoodete turustamise reguleerimine, salaturu piiramine, suitsuvaba keskkonna edendamine ja alaealistele kättesaadavuse piiramine.¹⁴⁰

Tubakatarvitamise vähendamise valdkonna tegevused ja eesmärgid on kokku lepitud Rahvastiku tervise arengukava 2009–2020 valdkonna "Tervislik eluviis" all.¹⁴¹ 2018. aastal läbi viidud uuringu kohaselt, mis puudutas täiskasvanud rahvastiku tervisekäitumist, oli suitsetajaid (igapäevased või juhusuitsetajad) veerand vastanutest (31% meestest ja 20% naistest). Igapäevasuitsetajaid oli 17,2 % (2016 – 21,3%), sh meestest 23,4% (2016 – 29,9%) ja naistest 12,9% (2016 – 15,5%). Igapäevasuitsetajate osakaal on perioodil 2008-2018 langenud 15,2% meestel ja 4,2% naistel.¹⁴² Euroopa Komisjoni (Eurobaromeetri) andmetel moodustasid suitsetajad Euroopa Liidu elanikest 2017. keskmiselt 26% ja Eestis 23%.¹⁴³ Antud statistika näitab, et Eestis on tubakatoodete tarvitamine ilmselge probleem ja seega on õigustatud, et riik võtab tarvitusele meetmed selleks, et probleemiga võidelda.

Ühiskonna üldine suhtumine riiklikku tubakapoliitikasse on positiivne, mis tähendab, et elanikud toetavad valdavalt tubakapoliitika riiklikku reguleerimist. Konjunkturiinstituudi 2015. aasta uuringu kohaselt pidas piirangutega tubakapoliitikat vajalikuks 76% vastanutest, sealjuures pooldas rangeid piiranguid 45% ja kergeid piiranguid 31% vastanud elanikest.¹⁴⁴

Ülaltoodu statistikast võib järeldada, et riiklik regulatsioon ja tubakapoliitika on tulemuslik, kuna suitsetajate osakaal on languse trendis aasta aastalt. Ühtlasi saab järeldada, et ühiskond soovib pigem rangeid piiranguid ja saab järeldada, et Eesti ühiskond pigem nõustub riigipoolt kehtestatud piirangutega tubakatoodetele.

3.3.2 Kampaaniate ja noorte harimine riiklikus tubakapoliitikas

Standardkujundusega tubakapakendi regulatsiooni küsimuses on tubakatööstus öelnud, et riigil on võimalik soovitud tulemust saavutada hoopiski rahvast ja eelkõige noori harides. Antud

¹⁴⁰ Poliitikad. Tubaka tarvitamise vähendamine. Tervise Argengu Instituut. 30.12.2019. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://www.tai.ee/et/tegevused/tervise-edendamine/tubakatarvitamise-vahendamine/poliitikad> (23.04.2020)

¹⁴¹ Poliitikad. Tubaka tarvitamise vähendamine. *Op, cit.*

¹⁴² Tubakatarvitamise olukord ja trendid Eestis. Terviseinfo veebileht. 05.11.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.terviseinfo.ee/et/valdkonnad/tubakas/tubakatarvitamine/tubakatarvitamisest-estis> (09.03.2020)

¹⁴³ Eesti Konjunkturiinstituut. Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis. Aastaraamat 2017. Tallinn, 2017, lk 16. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.sm.ee/sites/default/files/tubakatoodete_turg_ja_tarbimine_ee_2017.pdf (29.03.2020)

¹⁴⁴ Eesti Konjunkturiinstituut. Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis. *Op. cit.*, lk 16

alternatiiv sisaldus ka WTO vaidluses *Austraalia vs Indoneesia*. Seega peab ka Eesti olema suuteline näitama, et riiklikke kampaaniatesse ja noorte haridusse on panustatud.

Eesti riiklikus tubakapoliitikas on pidev teavituskampaaniate läbiviimine oluline ning ühtlasi on tähtsustatud ka noorte teadlikkuse tõstmist läbi haridusasutuste. 2017. aastal on läbi viidud näiteks passiivse suitsetamise vastane kampaania ja alternatiivsete tubakatoodete vastane teavituskampaania. 2016. aastal viidi läbi kampaaniad, mis puudutasid passiivse suitsetamise kahjulikke mõjusid (kampaania toimus ka aastal 2015) ja alternatiivsete tubakatoodete kahjulikke mõjusid. Ühtlasi toimus tubakatarvitamise vastane kampaania „Mutatsioonid“. Tervise Arengu Instituut on korraldanud koolitusi ja seminare ka tubakast loobumise nõustajatele.¹⁴⁵

Küsimuse alla võib tulla, milline peaks olema eduka kampaania sisu, et see oleks mõjuvam ja ühtlasi, kui palju kampaaniaid peaks riik korraldama, et nende arv oleks adekvaatne. On mõistetav, et tegemist on vaid ühe osaga tubakapoliitikast, kuid tubakatööstus saab vähest teavitustööd kasutada argumendina kui riigi tegemata tööd teistes valdkondades. Teavituskampaaniad ja standardkujundusega pakendi regulatsioonid ei täida suitsetamise vähendamise osas täpselt sama funktsiooni, kuid riik peaks adekvaatselt hindama, kas mitte piiravaid meetodeid on piisaval määral kasutatud riikliku tubakapoliitika kujundamises.

Mis puudutab tubakatoodete teavitust läbi hariduse, siis on tervislike eluviiside põhimõtted ja alused, kui olulised aspektid, mida koolide õppekavad peavad sisaldama, liidetud ka riiklikusse õppekavasse.¹⁴⁶¹⁴⁷ Tubaka, narkootikumide ja teiste substantside temaatikat käsitletakse 5, 7 ja 8. klassides, kogumahult 4-5 tundi igas klassiastmes. Alates 2013. aasta sügisest lisandusid ka 6. klassid.¹⁴⁸ Partneriteks on siinjuures ka Politsei- ja Piirivalveamet, kuid eelkõige siiski nõuandja mitte koolitaja rollis, ning ka ennetustöö kontseptsioon rõhutab just haridustöötajate ja lastevanemate panust ennetustöösse¹⁴⁹. Kuna aga igal koolil on võimalus kujundada oma õppekava spetsiifika ja aine õpetamine sõltub konkreetsest õpetajast, siis ei saa olla kindel, mil määral ja kui põhjalikult on tegelikkuses tubakatoodetega seonduv õpilasteni viidud. Seda eriti arvestades fakti, et sõltuvust tekitavate ainete käsitus toimub kogumis. Siiski on selge, et riiklik

¹⁴⁵ Koolitused ja sündmused. Arhiiv. Tervise Arengu Instituut. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tai.ee/et/koolitused-ja-sundmused/category?limit=100&filter_search=suitsetamine&filter_order=l.city&filter_order_dir=asc&task=archive&view=category (12.04.2020)

¹⁴⁶ Gümnaasiumi riiklik õppekava.- RT I, 14.02.2018, 9

¹⁴⁷ Põhikooli riiklik õppekava.- RT I, 14.02.2018, 8

¹⁴⁸ Sotsiaalministeerium. Tubakapoliitika roheline raamat. *Op. cit*, lk 28

¹⁴⁹ Ennetustöö kontseptsioon. Politsei- ja Piirivalveamet. September 2018, lk 10. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.politsei.ee/files/Ennetus/politsei-ja-piirivalveameti-ennetust-kontseptsioon-sept-2018-.pdf?40da87a884> (06.04.2020)

suunitlus käsitleb antud teemat ja usaldab haridusasutusi antud probleemiga tegelema. Võib siiski eeldada, et vastava valdkonna haridustöötajad pööravad antud valdkonnale piisavat tähelepanu, mis tagaks riikliku ennetustöö eesmärkide täitmise.

Noortele on mõeldud Suitsuprii klassi võistlus, mis toimub Tubakapoliitika roheline raamatu elluviimise raames, antud programmi kestvus on 6 kuud ja tehakse seda Eestis Soome eeskujul.¹⁵⁰ 2014. aastal registreerus 920 klassi 238 koolist kokku 15 685 õpilasega. Neist edukalt lõpetas võistluse 85% (2013. a oli näitaja 82%) ehk 784 klassi, kus kõik õpilased klassis suutsid jääda suitsupriiks. Kõige enam oli osalejaid 5. ja 6. klassidest (üle 45%) ja kõige tagasihoidlikumalt oli osalejaid gümnaasiumi astmes, kokku osales 10.–12. klasse pisut üle 5%.¹⁵¹ Antud statistika näitab, et tõenäoliselt avaldavad taolised kampaaniad rohkem mõju ja kaasavad põhikooli astmeklasse, kus osalemise algatus tuleb pigem õpetajalt ja mitte õpilastelt endilt. Teisalt, mida nooremas vanuses toimub hoiakute kujundamine, seda parem, kuna nooremaealised on kergemalt mõjutatavad. Siiski on küsitav, kas antud statistika peegeldab tegelikkust, arvestades asjaolu, et küsimustele vastavad õpilased ise.

Kuna aga ennetav teavitustöö ei ole alati tulemuslik, siis on riiklikus tubakapoliitikas eraldi eesmärk, et tõkestada tubakatoodete alaealiste kätte sattumist. Eesmärgiks on seada tõhusad meetmed, et tubakatooteid ei müüdaks ega antaks edasi alaealistele ja ühtlasi on määratud selleks vastavad trahvid, mis tagaksid keelu järgimise. Alaealistele lisandub rikkumise korral ka nõustamine ja vastavad loengud tubakatoodete kohta, kuna tõenäoliselt ei saa trahvimist pidada piisavaks meetmeks, et murda käitumisharjumusi.¹⁵²

Ülaltoodu näitab selgelt, et tubakapoliitika kasutab kampaaniaid noorte ja rahvastiku harimise eesmärgil ja tõstab tubakatoodetega seonduvate ohtude osas teadlikkust. Teavituskampaaniad toimuvad sagedasti ja suur rõhk on just noorte harimisel. Kuna tubakatööstuse üheks argumendiks on olnud kampaaniate kasutamine alternatiivse meetmena, siis on oluline, et Eestis on antud meetet läbivalt ja pikaajaliselt kasutatud hoolimata asjaolust, et tegemist ei ole asendava meetmega.

3.3.3 Aktsiis kui tõhusam meede ja potentsiaalne salaturu elavnemine

Varasemates standardkujundusega pakendi regulatsiooni vaidlustes on küsimuse alla tulnud ka illegaalse turu elavnemine ja tõhusam aktsiisipoliitika. Tubakatööstus on leidnud, et

¹⁵⁰ Sotsiaalministeerium. Tubakapoliitika roheline raamat. *Op. cit.*, lk 28

¹⁵¹ Tubakapoliitika roheline raamatu elluviimise 2014. aasta tulemused. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.sm.ee/sites/default/files/content-editors/eesmargid_ja_tegevused/Tervis/tubakapoliitika_rohelise_raamatu_elluviimine.pdf (08.04.2020)

¹⁵² Sotsiaalministeerium. Tubakapoliitika roheline raamat. *Op. cit.*, lk 30- 31

standardkujundusega pakend aitab paremini tooteid võltsida ja aktsiis aitab efektiivsemalt vähendada tubakatoodete tarvitamist kui standardkujundusega pakend. Siinjuures annab töö ülevaate Eesti tubakatoodete aktsiisipoliitikast ja analüüsib potentsiaalset salaturu elavdamist.

Eesti tubakapoliitika käsitleb eraldi kahte olulist aspekti, mis puudutavad vajalikke meetmeid salaturu piiramiseks ja maksupoliitikat. Eesti Konjunktuuriinstituut on hinnanud illegaalse sigaretituru osakaaluks 2012. aastal 25–29%, mis läks riigile maksma 68,7 miljonit eurot aktsiisi- ja käibemaksu.¹⁵³ Tubakatööstus ja Maailma Terviseorganisatsioon mõlemad on viidanud aktsiisile kui tubakatoodete tarvitamist pärssivale meetmele. Eesti Konjunktuuriinstituudi hinnangul väheneb tarbimine 2–8% kui hind tõuseb 10%. Tubakatoodete hinna suhtes on noored hinnanguliselt kolm korda tundlikumad kui täiskasvanud, mistõttu on hinnatõusu mõju noorte tubakatarbimisele märkimisväärne. Siiski tuleb võtta arvesse ka tubakatoodete hinda võrreldes keskmise sissetulekuga.¹⁵⁴

Eesti puhul on murettekitavaks asjaolu, et arvestades viimastel aastatel toimunud töötasude kiiret suurenemist, on tubakatooted vaatamata kasvanud hindadele muutunud elanikele kättesaadavamaks. Näiteks oleks keskmise netokuupalga eest saanud 2014. aastal osta 266 sigaretipakki, 2015. aastal 280 sigaretipakki ja 2016. aastal 286 sigaretipakki.¹⁵⁵ Seega tekib küsimus, kas Eesti on täielikult ja efektiivselt kasutanud tubakaaktsiisi potentsiaali võitluses tubakatoodete tarvitamisega. Teisalt võrreldes paljude teiste Euroopa Liidu riikidega on Eesti maksumäär tubakatoodete jaemüügile kõrge.¹⁵⁶ Kuna tubakatoodete jaehind lõpptarbijale on oluline just nooremale tarbijaskonnale, siis peaks riiklik aktsiisipoliitika rohkem mõjutama tubakatoodete hinda ja hoidma seda pigem kõrgel. Nagu eelnevalt mainitud, siis on aktsiis oluline nii riigikassa täitmise aspektist, mängib rolli tervishoiu rahastamises ja teeb toote vähem kättesaadavaks noortele. Enamike tarbijate puhul tõusetub ka küsimus, kas kahjulike toodete tarbimine kõrge hinna juures on jätkusuutlik.

Oluline on Eesti puhul ka küsimus, kas standardkujundusega pakend sillutaks teed mustale turule ja elavdaks ebaseaduslikku kaubandust, sealhulgas piiriülest salakaubavedu. Philip Morris International on teinud vasturääkivaid väited tubakapakendite võltsimise küsimuses. Vaieldes vastu standardkujundusega pakendi nõuete kehtestamisele väitis tubakatootja, et kaubamärki ja brändi kujutavat pakendit ei ole võimalik võltsida, mis tähendab, et

¹⁵³ Sotsiaalministeerium. Tubakapoliitika roheline raamat. *Op. cit.*, lk 29

¹⁵⁴ Sotsiaalministeerium. Tubakapoliitika roheline raamat. *Op. cit.*, lk 29

¹⁵⁵ Eesti Konjunktuuriinstituut. Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis. *Op. cit.*, lk 12

¹⁵⁶ Asen, E. Cigarette Taxes in Europe. Tax Foundation. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://taxfoundation.org/cigarette-tax-europe-2019/> (05.04.2020)

standardkujundus teeb võltsimise musta turu jaoks kergemaks. Samas aga oma 2012. aasta brošüüris, mis puudutas pakendi jälgimissüsteemi, tõi tubakatootja välja, et ka brändi kujutavat pakendit on võimalik kergelt võltsida. KPMG poolt tehtud raport on ainus, mida tubakatööstus on kasutanud selleks, et väita, et standardkujundusega pakend aitab kaasa võltsitud toodete levikule ja elavdab varimajandust. Antud raporti metodoloogia oli aga nii vigane, et Suurbritannias toimunud vaidluses seda tõendina ei kasutatud ega toodud ka teisi tõendeid, et antud väidet tõestada.¹⁵⁷ Seega ei leidnud tõendamist, et tubakatoodete standardpakendus aitaks iseenesest kuidagi mustale turule kaasa.

Siinjuures on oluline märkida, et varasemalt on tubakatootjad ise osalenud ebaseaduslikus tegevuses. Ameerika tubakatootja Philip Morris on teinud varasemalt kohtuvälise kokkuleppe Euroopa Parlamendiga Euroopa Komisjoni uurimise tulemusena. Eesmärgiks oli tuvastada tubakatootjate enda illegaalset seotust salasigaretide müügiga. Antud tegevusega luuakse tavaliselt eelis konkurentide ees ja kui enamik „legaalseid“ sigarette on toodetud Euroopas, siis uurimine näitas, et salasigaretid jõudsid Euroopasse USAst teisi mitteametlikke teid pidi ja maksuvabalt. Euroopa Komisjon esitas Philip Morris ja teiste suurte tubakatootjate vastu hagi USA kohtusse, mille tulemusena Philip Morris nõustus EL liikmesriikidele maksma 904 miljonit eurot, panustama salasigaretide kaubanduse vastu võitlemisse ja tuvastama ka oma toodete ebaseaduslikku müüki luues vastava andmebaasi.¹⁵⁸

Tubakatööstus ja Maailma Terviseorganisatsioon mõlemad on viidanud aktsiisile kui tubakatoodete tarvitamist pärssivale meetmele. Eestis on küll aktsiisi tõstetud, kuid näiteks oleks keskmise netokuupalga eest saanud 2014. aastal osta 266 sigaretipakki, 2015. aastal 280 sigaretipakki ja 2016. aastal 286 sigaretipakki.¹⁵⁹ Siiski on Eesti maksumäär tubakatoodete jaemüügile kõrge võrreldes paljude teiste Euroopa Liidu riikidega.¹⁶⁰

Kuigi tubakaaktsiis ja tubakatoodete reaalhinnatõus (st jaehind tarbijale) on oluliseks faktoriks, siis võib see soodustada piiriülest kaubandust. Seega tuleb tubakaaktsiisi poliitika kujundamisel arvestada ka naaberriikide poliitikat, paralleeli saame siinjuures tuua näiteks Eesti alkoholiaktsiisi tõstmisega, mille resultaadiks oli piiriülene kaubandus Lätist. See on ka vastus, miks Eesti ei saa drastiliselt aktsiisi tõsta, kui sama ei tee meie naaberriigid. Lähimõtlematu aktsiisi tõstmine ei ole mõistlik ja tuleb arvestada nii legaalset piiriülest kaubandust, mis

¹⁵⁷ A Practical Guide to Policy Development and Drafting Legislation for Tobacco Plain Packaging. *Op. cit.*, lk 4

¹⁵⁸ Sigaretide salakaubavedu- EP hindab kokkulepet Philip Morrisega. Euroopa Parlamendi veebileht. 13.09.2007. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+IM+PRESS+20070906STO10166+0+DOC+XML+V0//ET> (20.04.2020)

¹⁵⁹ Eesti Konjunkturiinstituut. Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis. *Op. cit.*, lk 12

¹⁶⁰ Asen, E. *Op. cit.*

tähendab aktsiisi väiksemat laekumist (mis mängib olulist rolli tervishoiu rahastamises, mida kasutatakse ka võitluses tubakatarvitamisega).¹⁶¹

Samuti võiks siinjuures tuua vastuargumendiks, et vahest just liiga suur hinnavahe võiks kallutada tarbijaid hankima tubakatooteid ebaseaduslikku teed pidi ja suur hinnavahe võib avaldada turule mõju. Tihtipeale mõeldakse esimesena Venemaa peale, kuna Eestis maksab suitsupakk keskmiselt 4.50 eurot samas on paki hind Venemaal aga keskmiselt 1,83 eurot ja Lätis 3,88 eurot¹⁶² ja maismaa piir justkui soodustaks salakaubavedu. Suurem mõju on siiski Euroopa Liidu sisene piiriülene kaubandus, kuna kogused ei ole kontrollitavad, Eesti puhul mõjutaks näiteks suur hinnavahe Lätiga vahest rohkem salaturgu¹⁶³. Aktsiisi tõstmisel on alati oht, et levib ja kasvab salakaubandus, kuid see ei saa olla aktsiisi kehtestamisel takistuseks. Tuleb leida lahendusi, kuidas illegaalset kaubandust piirata. Tollikontrolli talituse andmetel on illegaalsete sigarettide kinni peetud kogused aastate jooksul olnud väga erinevad. 2008. aastal peeti kinni 6,5 miljonit, 2009. aastal 14,7 miljonit ja 2010. aastal 9,9 miljonit salasigaretti. Kuigi aktsiisimaksu määra 2009. aastal ei tõstetud, kasvas kinni peetud sigarettide kogus, 2010. aastal maksumäära tõsteti, kuid kogused vähenesid. Nende andmete põhjal võiks järeldada, et aktsiisimäära tõstmine ei mõjuta oluliselt sigarettide illegaalset kaubandust, siin võib olla põhjuseks Tollikontrolli talituse järjest tõhusam töö.¹⁶⁴ Ühtlasi on Eestis osa üle-Euroopalisest tubakatoote tuvastamise ja jälgimise süsteemist, mille eesmärgiks on salaturuga võitlus. Meede võeti kasutusele aastal 2019.¹⁶⁵

Kusjuures kõrget aktsiisi on ka tubakatööstus ise pidanud illegaalset turgu soodustavaks.¹⁶⁶ Tubakatööstus on öelnud, et standardkujundusega pakend soodustab salakaubandust ja soovitanud üheks standardkujundusega pakendi alternatiiviks aktsiisitõusu, mis samuti nende arvates soodustab salaturgu. Seega on selge, et esitatakse vastuargumente vahest

¹⁶¹ Aktsiisipoliitika riskid, võimalused ja mõju majanduskeskkonnale piirikaubanduse tingimustes. Rahandusministeeriumi faktilaht. 13.03.2019, lk 4. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.rahandusministeerium.ee/et/eesmargidtegevused/maksu-ja-tollipoliitika/aktsiisid/aktsiisipoliitika-riskid-voimalused-ja-moju> (30.03.2020)

¹⁶² Price Rankings by Country of Cigarettes 20 Pack (Marlboro) (Markets). 2020. Numbeo veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.numbeo.com/cost-of-living/country_price_rankings?itemId=17&displayCurrency=EUR (17.03.2020)

¹⁶³ Tubakatoote turg ja tarbimine Eestis. Aastaraamat 2017. lk 12

¹⁶⁴ Sadilov, M. Õun, K. Maksustamine ja aktsiisid Eestis. Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž. Eesti Statistika Kvartalikirj 2/13. 2013, lk 12. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.stat.ee/dokumendid/70127> (25.03.2020)

¹⁶⁵ Tubakaseaduse ning alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seaduse muutmise seadus 9 SE seletuskiri, lk 1. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.riigikogu.ee/tegevus/eelnoud/eelnou/7acdaeeb-0d52-4571-9763-bdf94f530588/Tubakaseaduse%20ning%20alkoholi-,%20tubaka-,%20k%C3%BCtuse-%20ja%20elektriaktsiisi%20seaduse%20muutmise%20seadus> (29.03.2020)

¹⁶⁶ Pricing and tax. Striking the right balance is crucial. British American Tobacco veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.bat.com/tax> (02.04.2020)

läbimõtlematult, sest vasturääkivus on ilmnunud erinevate küsimuste debattide ja vaidluste käigus.

Varasemalt on töös käsitletud ka küsimust, et aktsiis on samaväärselt kaubandust tõkestav meede, kuna nii aktsiisi tõstmine kui ka standardkujundusega pakend vähendavad tubakatoode tarvitamise määra ja kokkuvõttes vähenevad impordimahud¹⁶⁷, kuna Eesti tubakatooted on imporditavad ja kohapeal neid ei valmistata (siiski esineb reeksport).¹⁶⁸

Veelgi enam saab siinjuures öelda, et aktsiisi tõus ei panusta sotsiaalsete hoiakute muutumisse ja tubakatoode atraktiivsuse vähendamisse. Briti Ülemkohus esitas samad argumendid oma otsuses ja antud aktsiisi kui alternatiivi üritati kasutada ka Prantsusmaa kohtuvaidluses.¹⁶⁹ Tubakatööstus on eiranud paljuskki asjaolu, et standardkujundusega pakendi eesmärgiks ei ole pelgalt suitsetamise vähendamine, vaid ühtlasi limiteerida pakendi kasutamist reklaami eesmärgil ja keelata valeinformatsiooni kujutamine pakendil. Aktsiisi tõus aga antud eesmärki ei täida.

Kokkuvõttes võib öelda, et salaturu piiramine on kontrollitav vastavate julgeoleku organite poolt ja sellega tegeleb eelkõige tolliamet ja piiriülest salakaubavedu on võimalik takistada muude meetmetega. Nii nagu aktsiisimäära kehtestamisel ei peaks liigselt arvestama salatutuga ei peaks seda tegema ka standardkujundusega pakendi puhul, kuna antud tagajärge on võimalik ära hoida muude meetmetega. Tubakatööstus räägib endale paljuskki vastu tuues argumente kõikide piiravate ja tubakatoode tarvitamise vähendamiseks kasutusele võetud meetmete vastu. Siinjuures on selge, et tubakatööstuse argumendid ei ole leidnud kinnitust ja räägivad ka teineteisele paljuskki vastu. See lubab ka arvata, et tubakatootjatel pole tõhusaid argumente jäänud, mis ei õõnestaks varasemaid seisukohti, kuid siiski ei alistuta võitluseta, tegemist on ju väga kasumliku tööstusega.

Aktiisipoliitikal on jätkuvalt oluline koht võitlemaks tubakatoode tarvitamisega, kuid tegemist ei ole standardkujundusega pakendit asendava meetmega ka Eesti kontekstis. Ühtlasi ei kõrgemat aktsiisi ega ka pakendi standardkujundust ei saa jätta jõustamata kasutades salaturu argumenti. Siiski piiriülese kaubanduse mõju tulemusena ei saa me käituda sarnaselt Austraaliaga, kuna drastilise aktsiisi tõusuga võib elavneda piirikaubandus, mille resultaadiks on väiksem maksulaekumine ja seega on riiklikud kaalutlused põhjendatud, kuna

¹⁶⁷ The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. *Op. cit.*, lk 10-11

¹⁶⁸ Tubakatoode turg ja tarbimine Eestis. Aastaraamat 2017. lk 12
https://www.sm.ee/sites/default/files/tubakatoode_turg_ja_tarbimine_eestis_2017.pdf

¹⁶⁹ Opposing arguments (and how to counter them). *Op. cit.*

aktsiisitõusuga ei saavutata sellisel juhul soovitud tubakatoodete tarvitamise langust ja muudatus mõjutab väiksemat tarbijaskonda.

3.3.4 Eesti tubakatoodete regulatsioon on karmistunud

Eestis reguleerivad tubakatoodetega seonduvat tubakaseadus (TubS)¹⁷⁰, antud seadusega on paika pandud pakendile esitatavad nõuded, müügipiirang ning näiteks ka lubatud tubakatoote omadused. Tubakatoodete reklaamipiirang tuleneb reklaamiseaduse¹⁷¹ paragrahvist 17. Eesti on üle võtnud Euroopa Liidu direktiivi 2014/40/EL (edaspidi Tubakadirektiiv), mis on paljuski kujundanud viimasel ajal Eestis aset leidnud tubaka regulatsiooni muudatusi.

Eesti on ratifitseerinud ka Maailma Terviseorganisatsiooni (WHO) tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsiooni¹⁷², mille põhimõtteid on riigid kohustunud järgima riikliku tubakapoliitika kujundamisel ja vastava regulatsiooni väljatöötamisel. Regulatsioon on suunatud ühtsete meetmete rakendamisele rahvusvahelisel tasandil, kuna riigid hakkasid järjest enam leidma, et tubaka tarvitamise epideemiat on vajalik piirata kasutades rahvusvaheliselt siduvaid lepinguid. Raamkonventsioon jõustus 2005. aastal ja tänaseks on selle osapoolteks 181 riiki, mis katab 90% maailma elanikkonnast. Oluline on siinjuures mainida, et raamkonventsiooni ei ole ratifitseerinud näiteks USA, Maroko, Šveits ja Argentiina.¹⁷³

Eestis on näha aina rangeimaid piiranguid tubakatööstusele ja ka tarvitajatele mitmest erinevast aspektist, sest nii nagu rahvusvaheline üldsus on ka Eesti seadnud eesmärgiks vähendada järkjärgult tubakatoodete tarvitamist. Kui vaadata viimaste aastate arenguid ja järjest laienevaid piiranguid, siis on valdav enamus võetud üle pigem Tubakadirektiivi raames, kuid oluline on vaadata ka aspekte, mida Eesti seadusandja on otsustanud reguleerida karmimalt kui seda Tubakadirektiiv ette on näinud.

Tubakaregulatsiooni järkjärguline karmistamine on ka tubakatööstuse suhtes mõisteta, kuna liiga suures koguses ja üleöö kehtestatud piirangud ei täida mõistlikkuse põhimõtet ja tõenäoliselt ei ole selline riiklik taktika ka tarbijate poolt tervitatav. Kuna standardkujundusega pakendi regulatsiooni osas on palju vaieldud alternatiivsete meetmete osas, siis on riikidel

¹⁷⁰ Tubakaseadus.- RT I, 12.12.2018, 70

¹⁷¹ Reklaamiseadus.- RT I, 12.12.2018, 61

¹⁷² Maailma Terviseorganisatsiooni (WHO) tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsiooni ratifitseerimise seadus. - RT II 2005, 15, 46.

¹⁷³ Ühendatud Rahvaste Organisatsiooni rahvusvaheliste lepingute andmebaas. WHO Framework Convention on Tobacco Control. Genf 2003. - https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=IX4&chapter=9&clang=en

kohustus tõendada, et tubakapoliitika on olnud laiahaardeline ja adresseerinud erinevaid aspekte. Olukorras, kus riik on jätnud olulised meetmed nagu reklaamikeeld kehtestamata, aga samas asub kehtestama standardkujundusega pakendi regulatsiooni, mis on väga piirav, ei saa pidada regulatsiooni proportsionaalseks.

Selleks, et tõendada, et Eesti on valmis standardkujundusega pakendi regulatsiooniks, vaatab töö ka viimaste aastate piirangute kehtestamist, et mõista, kas piirangud on olnud järkjärgulised ja adresseerinud olulisi aspekte.

2016. aastal kehtestati rangemad piirangud tubakatoodete koostisele. TubS § 8 tõi kindlad piirangud tubakatoodete koostisele, millega keelati tubakatoodetes vitamiinid ja muud lisaained, mis loovad mulje, et tubakatoode on tervisele kasulik või et selle kasutamine kujutab endast väiksemat terviseohtu kui muude tubakatoodete kasutamine, ühtlasi keelati stimulandid ja energiat andvad lisandid nagu kofeiin. TubS § 8 lg 5 ja 6 kohaselt ei ole lubatud enam ka erinevad maitse- ja lõhnaomadused, seda nii tubaka enda puhul ja keelatud on mis tahes tehnilise lahenduse kasutamine, mis võimaldab muuta tubakatoote maitset või lõhna või suitsu intensiivsust (sh filter, tubakapaber jne). Erand tehti teisalt mentooliga sigarettidele, mis jäävad kättesaadavaks kuni maikuuni 2020.¹⁷⁴ Erand tehti Euroopa Liidu poolt, mis lubas kasutada nelja aastast ülemineku perioodi, seega jõustub regulatsioon samaaegselt ka teistes Euroopa Liidu liikmesriikides. Uuringute kohaselt võib antud piirang mõjutada 10% suitsetajatest ja esinevad ka demograafilised erisused (näiteks leiti, et Poolas ja Suurbritannias on antud sigaretid oluliselt populaarsemad kui näiteks Hispaanias), noored haritud naised on mentoolisigarettidest rohkem mõjutatud¹⁷⁵, mis võiks anda lootust, et ka Eestis hakkab naiste suitsetamis trend rohkem langema, kuigi meeste loobumise näitaja on kõikunud üles alla aastate lõikes, siis on naiste suitsetamine olnud pigem stabiilses languses, kuid vahest protsentuaalselt võiks see olla suurem kui täna.¹⁷⁶ Kuna töös viidatud uuringud on leidnud, et standardkujundusega pakend on andnud tulemusi just noorte naiste puhul ja noorema tarbijaskonna puhul üleüldiselt, siis saab öelda, et standardkujundusega pakend adresseeriks sarnast tarbijaskonda.

¹⁷⁴ Tubakatoodete koostis ja pakend. Terviseameti veebileht. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://www.terviseamet.ee/et/kemikaaliohutus-tooteohutus/inimesele/tubakatooted/tubakatooted-koostis-ja-pakend> (19.04.2020)

¹⁷⁵ Herbec, A. Zatoński, M. Zatoński, W. Characterising smokers of menthol and flavoured cigarettes, their attitudes towards tobacco regulation, and the anticipated impact of the Tobacco Products Directive on their smoking and quitting behaviours: The EUREST-PLUS ITC Europe Surveys. EUREST-PLUS 2/2018 vol. 16. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.tobaccoinduceddiseases.org/Characterising-smokers-of-menthol-and-flavoured-cigarettes-their-attitudes-towards.96294.0.2.html> (27.03.2020)

¹⁷⁶ Eesti Konjunktuuriinstituut. Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis. *Op. cit.*, lk 13-14

Uudsetest tubakatoodetele kehtivatest piirangutest on vahest kõige olulisemad viimastel aastatel kehtestatud piirangud e-sigarettidele ja ka uudsetele tubakatoodetele, mis on tekitanud palju kõneainet ennekõike puudulike uuringute tõttu inimese tervisele ja seega on kahtlus alla seatud paljuki, kas antud tooted on üleüldse ohutuse tasemelt tava tubakatoodetega võrreldavad. Antud valdkonna reguleeritust võib pidada mõni aasta tagasi täielikult puudulikuks ja tänaseks on kehtestatud ulatuslikud piirangud. TubS § 8¹ ja § 8² sätestab lubatud maitse ja koostisosa piirangud, mis on sarnased ülalmainitud piirangutele. Ühtlasi on oluliseks märkida, et uued reeglid on kehtestatud uudsetele tubakatoodetele ja nende turule toomise menetlusele, suurem tähelepanu on pööratud vajalikule teabevahetusele riikliku ametkonnaga tagamaks uudsete toodete ohutust ja ka hilisemat tooteohutuse järgimist turul. Antud regulatsiooni põhjuseks on tõenäoliselt asjaolu, et teabevahetusel, vajalikel uuringutel ja Terviseametile esitataval teabel on uudsete ja veel tundmatute tubakatoodete puhul oluline roll. E-sigaretid on juba keelustanud näiteks Brasiilia¹⁷⁷ ja Singapur¹⁷⁸. Seega on riik adekvaatselt adresseerinud uudseid tubakatooteid ja kehtestanud vajalikud meetmed ka sellistele toodetele, mida turg varasemalt ei ole tundnud. Erikujuliste tubakatoodete adresseerimine annab kinnitust, et riiklik tubakapoliitika on laiahaardeline ja ei keskendu vaid enim levinud tubakatoodete reguleerimisele.

Kuigi tubakatoodete reklaami üldised piirangud on jäänud reklaamiseaduse § 17 mõistes pigem kehtima, siis on reklaamikeeldu laiendatud alates 2015. aastast ka tubakatoodete osistele, seonduvatele toodetele ja kaubamärgile. Alates 2019. aastast on TubS § 3¹ kohaselt keelatud tubakatoote või tubakatootega seonduva toote jaekaubanduse müügikohas tubakatoote nähtav väljapanek ja selle kaubamärgi esitlemine, välja arvatud näiteks tubakatoodete müügile spetsialiseerunud poodides. Käesoleva töö valguses on kaubamärgi piirang kindlasti kõige olulisem aspekt. Eelmainitud piirangute sätestamine aga annab aimu, et toodete nähtaval kohal paiknemist võib ebatraditsionaalselt samuti liigitada reklaamiks või vähemalt sedalaadi mõju omavaks ning seega on astunud vajalik samm, et vähendada tubakatoodete visuaalset paiknemist tarbijale silmnähtavas kohas. Siiski ei ole tegemist täiesti sama efekti omava piiranguga, kuna tubakapakend on reklaamipind ka jaemüügi kohast väljaspool. Seega ei kanna kaubamärgi ja tubakapakendite visuaalse kuvamise piirang sama eesmärki, sest on pigem suunatud jaemüügi kohas toimuva reklaamipiiranguna.

¹⁷⁷ E-cigarette policy scan. Brazil. Institute for Global Tobacco Control. Johns Hopkins. Bloomberg School of Public Health. Kättesaadav arvutivõrgus <https://globaltobaccocontrol.org/e-cigarette/brazil> (06.04.2020)

¹⁷⁸ E-cigarette policy scan. Singapore. Institute for Global Tobacco Control. Johns Hopkins. Bloomberg School of Public Health. Kättesaadav arvutivõrgus <https://globaltobaccocontrol.org/e-cigarette/singapore>

2016. aastal keelustati tubakatoode piiriülene kaugmüük (TubS § 22 lg 2 p 6) ja 2019. aastal keelustati ka riigisisene kaugmüük (TubS § 22 lg 2 p 7), antud piirang kehtib jaemüügile. Eestis on keelatud ka tubakatoode müük automaatidest. Ulatuslik müügipiirang tõestab, et tubakatoode müügiga seonduvaid probleeme on adresseeritud mitmest aspektist. Limiteeritud müügipunktid aitavad tagada, et tubakatooteid ei saaks alaealised lihtsalt soetada ja toimuks korrektne vanuse kontroll. Seega on riik adresseerinud noortega seonduvat mitmest aspektist. Riiklik teavitustöö ja meetmed, mis tagavad, et tubakatoode ei satuks noorte kätte, on tubakapoliitikas äärmiselt olulisel kohal. Siiski aitaks siinjuures standardkujundusega pakendi regulatsioon adresseerida ka noori, kuna standardkujundusega pakend aitab vähendada tubakatoode atraktiivsust ja tubakatoode ebameeldiv välimus aitab kujundada noorte hoiakuid juba enne tubakatoode tarvitamisega alustamist.

Käesolev peatükk andis parema ülevaate, millised on reaalsed ja kohati ka väga spetsiifilised muudatused, mis on toimunud tubakatoode turul ja mille mõju tunnevad ka lõpptarbijad. Tubakatoode reaalset kättesaadavust, maitse ja muid omadusi, mida on piiratud tunnetab enamik lõpptarbijatest ning see teeb nendest ka olulised elemendid, mis peavad jõudma riiklikust üldisest tubakapoliitikast ka reaalsetesse seadusmuudatustesse. Eestis on positiivseks asjaolu, et Tubakadirektiiv sai kokkuvõttes siseriiklikku õigusesse kohaselt ülevõetud, kuigi ka seal oli menetluslikke takistusi ja vaidlusi, näiteks e-sigarettide piirangute puhul, kuhu sekkus ka Euroopa Komisjon¹⁷⁹. Tubakadirektiivi ülevõtmine esitas välja kutse siiski vähemalt pooltele Euroopa Liidu liikmesriikidele, kes ei suutnud vajalikke meetmeid õigeaegselt kehtestada. Nende seas näiteks Hispaania, Poola ja Iirimaa.¹⁸⁰

Teatud riiklike piiranguid saab pidada ammendavaks, kuid reklaamimõju ei ole täielikult limiteeritud seni kuni riik ei kehtesta standardkujundusega pakendi regulatsiooni. Kuna tubakatoode reklaam ei ole ennast minevikus õigustanud, siis on põhjendatud ka standardkujundusega pakendi kehtestamine, et limiteerida tubakatööstuse võimalus reklaamida ennast otse tarbijale ja ka tarbija vahendusel, kuna tubakapakend võetakse tihti välja avalikus kohas. Eriti puudutab see peredega lapsi, kus vanemad tarvitavad tubakatooteid.

¹⁷⁹ Kurg, I. Estonian Parliament Embraces Tobacco Harm Reduction but. NNA Smoke Free Estonia. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://innco.org/estonian-parliament-embraces-tobacco-harm-reduction/> (07.04.2020)

¹⁸⁰ Banks, M. Countries failing to implement EU tobacco products directive. The Parliament Magazine. 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.theparliamentmagazine.eu/articles/news/countries-failing-implement-eu-tobacco-products-directive> (28.03.2020)

3.4 Kaubamärgi kasutamise piiramine Eestis

Eestis reguleerib kaubamärki ja sellega seonduvat kaubamärgi seadus.¹⁸¹ Seaduse § 4 määrab ära kaubamärgi õiguskaitse sisu. Kaubamärgi õiguskaitse on kaubamärgile ainuõigust omava isiku (edaspidi *kaubamärgiomanik*) õiguste tunnustamine ja kaitse õiguslike vahenditega. Seaduse § 14 sätestab kaubamärgi omaniku õigused, mille eesmärgiks on keelata kasutada kaubamärki kolmandate osapoolte poolt. Seaduses ei ole sätestatud, et tegemist oleks absoluutse õigusega kasutada kaubamärki, mis tähendab, et tegemist ei ole nn positiivse õigusega.

Kaubamärgi kasutamist on varasemalt piiratud tubakatoodete müügil. TubS § 3¹ kohaselt on keelatud tubakatoote või tubakatootega seonduva toote jaekaubanduse müügikohas tubakatoote nähtav väljapanek ja selle kaubamärgi esitlemine. Erand on tehtud vastavatele toodetele spetsialiseerunud jaekaubanduse müügikohtadele tingimusel, et müüdavad tooted ja nende tähistamiseks kasutatavad kaubamärgid ei ole nähtavad väljaspool müügikohta.

Eesti Kaubandus-Tööstuskoda esitas õiguskantslerile pöördumise, milles palus hinnata seaduse vastavust põhiseadusega. Antud arvamust saab kasutada osalt analoogia korras, et analüüsida, milline oleks potentsiaalne õiguslik hinnang standardkujundusega tubakatoodete pakendi regulatsiooni korral, kuna piiratakse nii kaubamärgi kasutamise õigust ning selle legitiimseks eesmärgiks on rahva tervise kaitse. Siiski on tegemist väiksema õiguste riivega kui kaubamärgi standardformaadis kujutamine, sest alles jääb pakendi reklaami funktsioon edasisel kasutamisel. Ostuhetkel piiratud kaubamärgi kujutamine on sarnane, kuid ilmselgelt mitte täpselt samaväärne piirang.

Oma hinnangus märkis õiguskantsler, et väljapanekukeelu kehtestamisega piiratakse tubakatoodete müügiedendamist ja seeläbi vähendatakse ilmselt ka tarbimist, mis on ka piirangute eesmärk. Seadusandja ootuste kohaselt peaks tubakatoodete väljapaneku keeld ennekõike mõjutama alaealisi tubakatoodete kasutamisega mitte alustama, aga kaitsma inimesi tubakatoodete kahjuliku mõju eest ka laiemalt.¹⁸²

Õiguskantsler tunnustas asjaolu, et väljapanekukeeld piirab rahvatervise huvides põhiseaduse (PS) §-s 32 sätestatud omandipõhiõigust, õigust kasutada kaubamärki kui omandit, ning PS §-st 31 tulenevat ettevõtlusvabadust. Ettevõtjal on õigus omandipõhiõiguse kaitsele ning õigus

¹⁸¹ Kaubamärgiseadus.- RT I, 19.03.2019, 48

¹⁸² Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus. 2018, lk 1. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.oiguskantsler.ee/sites/default/files/field_document2/Tubakatoodete%20v%C3%A4ljapanekukeelu%20p%C3%B5hiseadusp%C3%A4rasus.pdf (17.04.2020)

olla vaba riigi sekkumisest. Siiski on riigikohus leidnud, et ettevõtlusvabaduse piiramiseks piisab igast mõistlikust põhjusest (RKHKo 11.04.2016, 3-3-1-75-15), mis teenib avalike huve või on tingitud teiste isikute õiguste ja vabaduste kaitse vajadusest, ning on kaalukas ja õiguspärane. PS § 28 näeb ette, et riik peab ennetavate meetmete toel kaitsma inimeste tervist. Arvestades rahva tervise kaitse vajadust ning seda, et vajadusel saab ja tuleb rahva tervise kaitseks rakendada ennetavalt ka selliseid abinõusid, mille tõhusust ei ole võimalik tõsikindlalt ja täpselt prognoosida, ei saa pidada tubakatoodete väljapaneku keeldu ebaproportsionaalseks.¹⁸³

Seega on nii riigikohus kui ka õiguskantsler tunnustanud kaubamärgi kasutamise õiguse riive lubatavust, kui tegemist meede täidab olulist huvi rahva tervise kaitse eesmärgil. Ühtlasi annab riigikohtu lahend aimdust, et riigikohus on valmis tõlgendama mõistlikku põhjust laiemalt nii nagu seda on teinud ka WTO vahekohus ja Prantsusmaa kohus. Kuna standardkujundusega pakendi regulatsiooni panust tubakatoodete atraktiivsuse vähendamise osas on keerukas täpselt mõõta, siis on tervitatav, et varasemalt on tunnustatud mõistlikkuse defineerimisel laiemat käsitlemist.

Õiguskantsler selgitas, et tubakatoodete väljapaneku keeld (omandipõhiõiguse riivena) ei jäta kaubamärgiomanikke kaubamärgist ega selle kasutamise võimalusest ilma ja et kaubamärk on endiselt registreeritud omaniku nimele ning kaubamärkide kasutamine pakenditel on jätkuvalt lubatud. Siiski märkis õiguskantsler, et kaubamärgi peamine ülesanne toodet teistest eristada ja tarbijat teavitada.¹⁸⁴ Seda argumenti saavad tõenäoliselt kasutada tubakatootjad ka standardkujundusega pakendi vaidluses, kuna tegemist on ühe peamise argumendiga, miks kaubamärk on tubakatööstuse sõnul oluline. Siiski on standardformaadis kujutamine piisav selleks, et tarbijad saaksid tooteid eristada ja ei saa väita, et just kaubamärgi juurde kuuluv logo oleks ainuke tunnusmärk, mille järgi bränd on tuntud, tarbijad teavad ka brändinimesid.

Märgukiri selgitas kaubamärgi funktsiooni standardkujunduse pakendi perspektiivist positiivselt. Nimelt leidis õiguskantsler, et kaubamärk täidab oma funktsiooni üksnes enne tarbija ostuotsust, sest ainult sel hetkel saab tarbija tooteid omavahel võrrelda. Kaubamärgi funktsioon seisneb niisiis selles, et tarbija saaks kaubamärke võrreldes valida konkreetse toote või teenuse, mitte selles, et tarbija saaks alles pärast toote ostmist kaubamärki vaadata.¹⁸⁵ Selline selgitus lubab uskuda, et kaubamärgi kasutamine ka standardkujus teeniks samaväärset

¹⁸³ Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus. *Op. cit.*, lk 1

¹⁸⁴ Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus. *Op. cit.*, lk 3

¹⁸⁵ Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus. *Op. cit.*, lk 3

eesmärki, kuna lubab siiski tooteid võrrelda ostuhetkel, kuid kaubamärgi kasutamine ei ole täielikult keelatud.

Küsimuse alla tuli ka meetme proportsionaalsus ja kas tegemist on asjakohase meetmega ehk kas eesmärki oleks võimalik rakendada kasutades alternatiivseid meetmeid. Õiguskantsleri kohaselt on sobiv niisugune abinõu, mis soodustab piirangu eesmärgi saavutamist. Seejuures ei pea abinõuga eesmärki tingimata saavutama, vaid piisab sellest, kui tehakse samm õiges suunas, ja vahendiga, mis seatud eesmärgi saavutamisele kaasa aitab. Tubakaseaduse vastava eelnõu seletuskirjas ei oldud selgelt välja toodud, kas väljapanekukeelu kaudu on eesmärki igal juhul võimalik saavutada, kuid keeld aitab eesmärgi saavutamisele kaasa ning seega võib õiguskantsleri arvamuse kohaselt niisugust abinõu sobivaks pidada.¹⁸⁶

Varasemalt on ka töös viidatud ka WTO vahekohtu otsusele, kus vahkohus leidis sarnaselt õiguskantsleriga, et tubakapoliitika on laiahaardeline ja alati ei saa kindlaks määrata, kui suurel määral teatud meede suudab eesmärki panustada. WTO vahekohus on võrrelnud võitlust tubakatoodete tarvitamisega globaalse soojenemise vastase võitlusega, kus piisab sellest, et tehakse samm, mis eelduslikult võib viia soovitud eesmärgile lähemale. Riik ei pea seega olema valmis ulatuslikult tõestama, et meede toimib. Oluliste ühiskonda puudutavate probleemide lahendamiseks peab olema lubatud seada piiranguid, mis võivad panustada ka väiksemal määral. Isegi kui piirang rikub ettevõtlusvabadust nagu teeb seda standardkujundusega pakend, siis saab väita, et ühegi teise meetmega soovitud eesmärki saavutada ei ole võimalik.

Standardkujundusega tubakatoodete pakendi seisukohast on oluline arvamuse osa, milles õiguskantsler selgitas, et kaubamärki kasutatakse kauba müügi suurendamiseks, mida keelu kehtestamisega üritataksegi piirata ja seetõttu ei ole kahtlust, et piirang mõjutab kaubamärgi omaniku õigusi.¹⁸⁷ Seega on tunnustatud asjaolu, et kaubamärgil on müügiedendamise funktsioon, mis on ka üks peamisi argumente teiste riikide vaidlusel, miks kaubamärgi kujutamist pakendil peaks tehtama standardformaadis. Detailne proportsionaalsustest, mis antud küsimuses tehti ei ole vahest nii oluline, kuna faktid ja argumendid varieerusid standardkujundusega pakendi kontekstis. Siiski on üldised kriteeriumid sobivuse hindamiseks ja tõendamiseks samad.

Kuigi kaubamärgi kujutamise piiramine jaemüügikohtades ja pakendite avaliku kuvamise keelamine on oluline samm reklaami funktsiooni limiteerimiseks, siis ei saa seda pidada piisavaks meetmeks. Hetkest, mil tubakapakend väljub müügikohast, on selle presenteerimise

¹⁸⁶ Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus. *Op. cit.*, lk 4

¹⁸⁷ Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus. *Op. cit.*, lk 3

võimalused piiramatud. Seega täidab tubakapakend tarbija omanduses olulist reklaami funktsiooni ja ühtlasi ei aita kõneall olev avaliku kuvamise keeld ka muuta tubakatooteid vähem atraktiivseks.

Õiguskantsleri arvamus kaubamärgi kujutamise piirangust annab seega aimdust, et Eestis ei ole kaubamärgi kasutamine absoluutne õigus ning seda võib piirata rahva tervise huvidest lähtuvalt. Ühtlasi on selge, et kaubamärki puudutavad küsimused saavad läbi vaieldud. Eestis peetava vaidluse ulatus sõltub tõenäoliselt paljuski sellest, kui paljud riigid selleks hetkeks on standardkujundusega pakendi regulatsiooni kehtestanud ja kui paljud tubakatööstuse argumendid, mis on asjakohased Eesti kontekstis veel läbi ei oleks vaieldud. Juba praeguseks hetkeks on neid aspekte vähe.

Siinjuures saab öelda, et ei ole oluline, kas tubakatoodete väljapanemise keeld toob soovitud tulemusi, sest mõlemal juhul saab karmim regulatsioon õigustuse. Kui tubakatoodete tarvitamise näitaja väheneb, siis saab öelda, et meede töötab ja võib eeldada, et veel karmim regulatsioon annab veelgi paremaid tulemusi. Juhul, kui meede ei tööta, siis on põhjust karmistada regulatsiooni, kuna varasemad pingutused ei ole andnud soovitud tulemusi.

Kokkuvõte

Käesoleva magistritöö eesmärgiks oli uurida *plain packaging* ehk standardkujundusega pakendi regulatsiooni ja sellega seonduvaid õiguslikke ja praktikas esinevaid probleeme. Töö eesmärgiks oli analüüsida tubakatööstuse vastuväiteid, et hinnata, kas Eestis oleks standardkujundusega pakendi regulatsioon kohane meede, et täita riiklikku eesmärki vähendamaks tubakatoodete tarvitamis. Autorile teadaolevalt ei ole varasemalt standardkujundusega pakendi regulatsiooni ja vastavaid vaidlusi detailselt Eestis analüüsitud.

Töö esimeseks hüpoteesiks oli väide, et standardkujundusega tubakapakendi kehtestamine on proportsionaalne meede võitlemaks tubakatoodete tarvitamisega, kaaludes siinjuures üles kaubamärgi kasutamise õiguse piiramise. Töö teiseks hüpoteesiks oli, et Eestis on tubakatoodete standardkujundusega pakendi kehtestamine põhjendatud ja vajalik meede. Mõlemad hüpoteesid leidsid kinnitamist.

Standardkujundusega tubakapakendi regulatsioon on maailmas tõusev trend. Regulatsiooni on vastu võtnud nii Austraalia, Suurbritannia kui ka Prantsusmaa, lisaks paljudele teistele riikidele, kus toimub arutelu regulatsiooni kehtestamiseks. Kehtestatud regulatsioonid on väga sarnased ja näevad pakendile ette sama pruuni värvi, mis on valitud maailma inetuimaks värviks; standardmõõtmed; kindla kirja formaadi ja on keelustanud kaubamärgi kasutamisel logod ning brändile omase kujutamisi. Standardkujundusega tubakapakendit on soovitanud Maailma Terviseorganisatsioon ja antud põhimõte on tuletatud WHO Raamkonventsiooni juhendist. Antud juhendit on Austraalia ja teised riigid ka jälginud.

Eesti tubakapakend on hetkel standardformaadis, kuid mitte standardkujundusega. Seega ei ole pakendinõuded vastavad WHO Raamkonventsiooni soovituslikule juhendile. Seadusega on sätestatud mitmed standardkujundusele omased elemendid. Näiteks on Eestis kohustus kuvada pakendil terviseohu hoiatustekste ja pilthoiatusi. Samuti on kohustus kuvada tekstid teatud kirjastiilis ja värvilahendusega. Siiski on Eestis jätkuvalt lubatud erikujuline disain, mis puudutab tubakapakendi värvi ja sellel kujutatavaid elemente nagu brändi kujutavad logod. Seega on Eestis kehtiv tubakapakendi regulatsioon oluliselt vabam kui standardkujundusega pakendi regulatsioon ette näeb. Tubakadirektiiviga on lubatud ka Eestis karmimad piirangud tubakapakendile, kuid hetkel ei ole seda võimalust kasutatud.

Antud regulatsioon on asjakohane, kuna tubakapakend on üks väheseid meetmeid, millega tubakatööstus saab ennast jätkuvalt reklaamida ja mõjutada tarbija hoiakuid ja tarbimisharjumust. WTO lahendis *Austraalia vs Indoneesia* tõi Austraalia välja, et

standardkujundusega pakendi regulatsiooni eesmärk ei ole ainult vähendada suitsetamist, vaid ühtlasi muuta tubakapakend vähem atraktiivseks, keelata valeinformatsiooni kujutamine ja ühtlasi tõsta terviseohu hoiatussiltide mõjusust. Mõttekäik leidis toetust ka Prantsusmaa ülemkohtus. Tubakatööstus on ka ise nõustunud, et pakend on nende mõjuv reklaamipind isegi olukorras, kus riigid on keelanud kõik muud reklaamiks kasutatavad meetodid. Avalikult ei ole tubakatööstus selliseid avaldusi siiski teinud ja andmed pärinevad ettevõtetest lekkinud dokumentatsioonist või väga vanadest materjalidest, kui tubakatööstus ei arvanud, et sellised väljaütlemised neid kuidagi kahjustada võiksid.

Tubakatööstus on väitnud, et standardkujundusega pakend ei ole efektiivne ja et riigid ei suuda näidata, millises ulatuses on just antud regulatsioon suutnud panustada tubakatoodete vähendamisse. Asjaolu, et standardkujundusega pakend ei ole efektiivne, on leidnud ümberlükkamist mitmete uuringute näol, mis leidsid, et regulatsioon panustab tubakatoodete atraktiivsuse vähendamisse ja läbi selle aitab ennetada tubakatoodete tarvitamisega alustamist ja ühtlasi ka vähendada tubakatoodete tarvitamist.

Statistika Suurbritanniast, Prantsusmaalt ja Austraaliast on tõestanud standardkujundusega pakendi regulatsiooni mõju. Nimelt leidsid uuringud, et pakend muutust tarbijatele ebameeldivamaks ja kuna eemaldatud olid brändi illustreerivad logod, siis ei olnud tubakapakend enam atraktiivne. Erilist mõju avaldab standardkujundus nooremale tarbijaskonnale ja naistele. Kuna riiklikus tubakapoliitikas on noortega seonduval ennetustööl eriline koht, siis aitaks standardkujundusega pakend täita ka Eesti tubakapoliitika eesmärgi.

Ühtlasi leidsid uuringud, et standardkujundusega pakend aitab paremini esile tõsta pilthoiatusi ja ka hoiatustekste. Tarbijad küsisid sageli teise pilthoiatusega toodet ja restoranid tunnistasid, et tubakatooteid on laudadel järjest vähem näha. Seega tõestavad teiste riikide regulatsiooni järgsed uuringud, et standardkujundusega pakend mõjutab tarbija käitumisharjumusi ja tõenäoliselt on sarnane efekt ka Eestis.

Nii WTO vahekohus kui ka Prantsusmaa ülemkohus on kinnitanud asjaolu, et standardkujunduse pakendi täpne mõju ei pea olema täpselt määratletav selleks, et tunnustada selle panust võitlusesse tubakatoodete tarvitamisega. Tubakapoliitika peabki olema laiahaardeline ja mitmekesine, kuna kõiki tarbijaid ei suudeta samade piirangutega mõjutada. WTO vahekohus viitas oma otsuses, et tubakatoodete tarvitamisega seonduv võitlus on sama mitmekesine kui võitlus globaalse soojenemisega.

Standardkujundusega pakend seab piirangud kaubamärgi kasutamise õigusele ja ühtlasi on tegemist vaba kaubandust tõkestava meetmega. Antud seisukohta on toetanud nii Prantsusmaa

kõrgeim kohus kui ka WTO vahekohus oma otsustes. Siiski on vaidluste tulemusel selgitatud, et kaubamärgi kujutamine standardformaadis on lubatav piirang, kuna seadusega ja rahvusvaheliste lepingutega on tagatud kaubamärgi registreerimise õigus ja mitte kaubamärgi kasutamise õigus. Kaubamärgi kasutamise õigus ei ole seega nn absoluutne positiivne vaid negatiivne õigus, millele on lubatud seada piiranguid. Varasemad otsused on rõhutanud, et kaubamärgi kasutamise õigust piiratakse rahva tervise kaitse seisukohast, mis on ülim väärtus. Maailma Terviseorganisatsioon on rõhutanud, et mitte ükski toode ei ole tubakatoodetega võrdväärselt kahjustav ja kohtud on antud seisukohaga nõustunud. Seega on tegemist standardkujundusega pakendi näol tegemist lubatava meetmega ja piirangud ei kaalu üle rahva tervise kaitse eesmärki.

Eestis on käsitletud kaubamärgi kasutamise piirangut õiguskantsleri poolt, kuid seda ainult jaemüügi kohtades kehtestatud piirangu kontekstis. Nimelt ei ole lubatud kaubamärki kujutada jaemüügi kohtades ja ka brändi nime on kujutatud standardformaadis selleks, et tarbija saaks teha ostu hetkel otsuse. Eesmärgiks on lubada tarbijal teha informeeritud otsus ja valida soovitud bränd. Õiguskantsleri arvamuse kohaselt on piirang põhjendatud ja kaubamärgi kujutamine standardformaadis ei piira ebaproportsionaalselt kaubamärgi omaniku õigusi. Ka Eestis leidis kinnitust, et piirang on lubatav rahva tervise kaitse seisukohast ja muude meetmetega ei ole võimalik niivõrd efektiivselt saavutada riigi poolset eesmärki. Kuna ka õiguskantsler tunnustas, et kaubamärk teenib endas reklaami seisukohast olulist funktsiooni, siis saab tuleviku perspektiivist antud argumentatsiooni kasutada ka standardkujundusega pakendi regulatsiooni kehtestamisel.

Kaubamärgi kujutamine pakendil standardformaadis on edasi arendus kaubamärgi kuvamise piirangust jaemüügi kohtades. Mõlemad täidavad eesmärki, et vähendada atraktiivsust noortele, kuid kuvamise piirang on mõjuv ainult ostuhetkel. Pakendi standardkujundus aitab vähendada atraktiivsust ka siis kui toode on juba tarbimisel ja ka teiste potentsiaalsete tarbijate nähtavuses.

Tubakatööstus on korduvalt viidanud riigi liigsele sekkumisele ja väitnud, et tarbijatel endil peab säilima võimalus otsustada, kas tarbida toodet või mitte. Riigid ei ole siinjuures ebamõistlikult kehtestanud tubakatoodete regulatsiooni, vaid järkjärgult ja põhjendatult seadnud täiendavaid piiranguid. Standardkujundusega pakendi regulatsioon on üks viimaseid abinõusid, kuna ükski teine meede ei ole nii efektiivne. WTO lahendis *Austraalia vs Indoneesia* kui ka Prantsusmaal puudutavas vaidluses leiti, et aktsiisi tõstmine, täiendavad riiklikud kampaaniad ega ka vanuse piirangu tõstmine ei ole asendavad meetmed standardkujundusega pakendi osas. Ühtlasi ei ole tegemist ka vähem kaubandust tõkestavate meetmetega. Seega on tegemist proportsionaalse meetmega, mis täidab legitiimset eesmärki.

Eesti puhul on aktsiisi tõstmine, riiklikud kampaaniad ja salakaubandusega võitlemine olulisel kohal tubakapoliitikas. Ka Eesti kontekstis ei leidnud kinnitust asjaolu, et aktsiisi tõstmine oleks kuidagi vähem kaubandust tõkestav ja tõhusam meede selleks, et saavutada tubakatoodete vähendamise eesmärki. Seda eriti arvestades, et aktsiisitõstmine ei aita muuta üldiseid hoiakuid ja muuta tubakatooteid vähem atraktiivseks. Veelgi enam, Eesti puhul leidis kinnitust fakt, et aktsiisi tõstmine võib olla komplitseeritud tulenevalt piirikaubandusest Lätiga. Seega peab Eesti eriliselt läbi mõtlema aktsiisipoliitika, kuna tubakatoodete aktsiisist rahastatakse nii tervishoidu kui ka üleüldiselt on tegemist olulise osaga fiskaalpoliitikast. Austraalias, Prantsusmaal ja Inglismaal on tubakatoodete hind väga kõrge, kuid ka Eestis on tubakatoodete maksustamine kõrgel tasemel. Sellest tulenevalt oleks standardkujundusega pakendi regulatsioon heaks alternatiiviks, mis lubaks aktsiisi tõsta mõõdukalt, et riik ei kaotaks maksutulu Lätile, ja ühtlasi aitab muuta tubakatooted vähem atraktiivseks.

Eesti on oluliselt panustanud riiklikesse kampaaniatesse, mis aitavad tõsta rahva teadlikkust tubakatoodete kahjulikkusest. Samuti on mitmekülgsest panustatud noorte harimisse läbi haridusasutuste ja ka erinevate algatuste nagu Suitsuprii klassi võistlus. WTO vaidluses ei suutnud Indoneesia jt näidata, kuidas oleks saanud Austraalia veel paremini riiklike kampaaniaid üles ehitada ega suutnud ka näidata, mil määral peaks taktika muutuma, et ühiskonna hoiakud muutuksid. Eestis puhul võib analoogia korras öelda, et riiklik taktika on olnud laiahaardeline ja raske on tõendada, et ennetustöös on olulisi vajakajäämisi, mille parandamisel oleks efektiivsem tulemus.

Tubakatööstus on kasutanud ka vastuväiteid, mis puudutavad salaturu elavnemist, kuna pakendit on kergem võltsida. Tubakatööstus loobus kohtuvaidluses KPMG raporti kasutamisest, mis pidid antud seisukohta tõendama, kuid kuna metodoloogia oli niivõrd vigane, siis ei oleks kohus seda ka arvestanud. Seega antud väited ei ole leidnud kinnitamist ja varasemalt on suured tubakatootjad ise osalenud tubakatoodete illegaalses kaubanduses selleks, et tõsta konkurentsi eelist. Eesti kontekstis on samuti leidnud kinnitust, et illegaalse turu kontroll ja piiramine jääb teiste võimuorganite pädevusse ning seda ei saa pidada standardkujundusega pakendi kehtestamisel üle kaaluvaks argumendiks. Tubakatööstus on väitnud varasemalt, et ka aktsiisi tõstmine aitab salaturu elavnemisele kaasa, kuid on võitluses standardkujundusega pakendi vastu pakkunud hoopis aktsiisi kui alternatiivset meedet. Seega on tubakatööstuse argumendid olnud vasturääkivad ja läbi kumavad nõrgad ning mittetõendatud seisukohad.

Ühiskondlikus debatis on tubakatööstus kasutanud mitmeid võtteid selleks, et kujundada avalikku arvamust. Suurbritannias leidis kinnitust, et juhtivad tubakatootjad on rahastanud

näiliselt sõltumatuid organisatsioone ja avalikke sõnavõtte standardkujundusega pakendi vastases võitluses. Austraalias leidis kinnitamist asjaolu, et avalikku vastumeelsust näitasid organisatsioonid, kes pidid esitama vaid teatud huvirühma vaateid, kuid olid siiski rahastatud tubakatööstuse poolt. Antud organisatsioonide rahastus ei ole läbipaistev ja seoseid tubakatööstusega avalikkusele ei näidata.

Kokkuvõttes võib öelda, et tubakatootjate argumendid ei ole leidnud kinnitust või kaalub rahva tervise kaitse eesmärk seatud piirangud üle. Standardkujundusega pakend on legitiimne ja proportsionaalne meede selleks, et vähendada tubakatoodete atraktiivsust ja suurendada hoiatussiltide mõju ning ühtlasi tagada, et pakendil ei oleks tarbijat eksitavat informatsiooni. Teiste riikide kogemused on näidanud, et standardkujundusega pakend on efektiivne ja aitab võidelda tubakatoodete tarvitamisega.

Eestis on tubakatoodete tarvitamine jätkuv probleem ning selle vähendamine on ka riiklikult seatud eesmärk. Eesmärgiks on võidelda kaasuvatesse haigustesse suremusega, arvestades ka tubakatoodete tarvitamisega kaasnevat tervishoiu kulutuste vähendamist ja positiivset panust majandusse. Eestis on aasta aastalt karmistunud tubakatoodete regulatsioon ja tubakapoliitika on olnud laiahaardeline. Ei saa väita, et Eesti tubakapoliitika oleks jätnud adresseerimata olulised meetmed nagu reklaamipiirang või aktsiis. Standardkujundusega pakendil on tõestatud potentsiaal panustamiseks positiivselt Eesti riikliku eesmärki vähendada tubakatoodete tarvitamist ning see on soovitatav.

Teiste riikide näidete puhul on soovituslik adekvaatne ülemineku aeg ja korrektsed mõju-uuringud. Selge on asjaolu, et riigiti on erinev kuna on vastava meetme rakendamiseks õige aeg, mil nii tarbijad kui turg on selleks valmis. Regulatsiooni karmistumine on strateegiline ja peab arvestama õiguspäraste ootustega. Eesti on etapis, kus standardkujundusega pakendi regulatsioon on õigustatud ja vajalik, et saavutada tubakatoodete tarvitamise vähendamist.

LEGAL ISSUES CONCERNING PLAIN PACKAGING REGULATION

ABSTRACT

Consumption of tobacco products has been an ongoing problem in most countries. Governments throughout the world have been working towards effective and wide scope tobacco control policies in order to reduce the consumption of tobacco products. Tobacco does not only bear hazardous risks for health but also has an effect on the economy. Studies have shown that countries contribute significant amounts towards healthcare in order to cure diseases caused by tobacco consumption or that are related to it. Furthermore, due to tobacco consumption countries face significant loss in taxes as tobacco consumption causes decrease of working efficiency and often paralyzes consumers ability to work.

According to World Health Organisation, tobacco is the only product in the world that has no significant benefits for the health and each year tobacco kills around 8 million people. In 2012, the cost of tobacco related diseases was 1436 billion US dollars. On the other hand, tobacco industry is very profitable and hence tobacco companies are rarely interested in contributing towards battle with tobacco consumption.

Regardless of the constant efforts made by the governments the level of tobacco consumption is still unsatisfactory and, in many countries, relatively high. Therefore, recent decades have introduced more restrictive measures for tobacco products. Restrictive measures have concerned various aspects such as commercials and advertising prohibition, acceptable qualities of tobacco products and excise policy that would ensure high price for lower affordability purpose. The list of control measures is extensive but recent measures have also addressed packaging and labelling requirements.

The present master thesis is focusing on plain packaging regulation and relevant disputes. In Estonia, plain packaging has not been analysed in detail and therefore the author aims to provide overview of the regulation and potential legal challenges. The master thesis tests two hypotheses, first one assesses whether plain packaging as a regulatory measure is proportionate and serves a legitimate purpose even though restricts trademark owners right to use registered trademark. Second hypothesis answers whether plain packaging is justified and necessary measure in Estonia in order to reduce overall tobacco consumption.

In order to test the hypothesis, descriptive, analytical and comparative methods were used. Comparative method was used in order to demonstrate similarities between plain packaging

regulations that have been adopted by different countries. Descriptive method is used in order to state the main panel and court findings that concern plain packaging disputes. Analytical method is used in order to assess whether Estonia should adopt plain packaging regulation and whether the regulation is a proportionate measure considering tobacco industry's counterarguments.

Master thesis is divided into three chapters. The first part of the thesis provides overview on plain packaging and the purpose it serves. Also, the chapter provides overview on the regulatory initiatives that concern plain packaging and provides sample of regulations in order to demonstrate uniform approach. Overview of industry counterarguments is also covered to ensure adequate assessment of plain packaging.

Second chapter of the thesis concerns legal disputes held at the World Trade Organisation dispute settlement body and also national dispute in France and UK. Aim of the chapter is demonstrate various legal challenges plain packaging adoption has created. Third chapter focuses on plain packaging regulation perspective in Estonia and relevant challenges. Also, the aim is to test whether plain packaging is justified and contributes adequately towards Estonian tobacco control policy.

Plain packaging was first adopted by Australia in 2011 followed by France and United Kingdom. Measure in question is also recommended by World Health Organisation. Regulation established in the relevant countries was rather similar and demonstrated uniform approach. The aim of the regulation is to eliminate all decorative and design elements from the tobacco package. Plain packaging prescribed specific colour in which the tobacco package was designed that was dark drab brown and the same colour was used by all countries. Also, regulation standardized use of trademark and prohibited use of brand logos and other images on the tobacco package in order to reduce the attractiveness and appeal for consumers. The size and format of package was uniform and regulation disabled the use of distinct design.

Adoption of plain package regulation was followed by comprehensive legal dispute in the case of Australia. World Trade Organisation established a dispute settlement panel after Indonesia and other countries claimed that plain packaging regulation was trade restrictive and breached the Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights and the Agreement on Technical Barriers to Trade. As a result of the dispute the panel released a report of more than eight hundred pages that covered various aspects. Dispute was important as it covered main tobacco industry claims and tested the legitimacy and proportionality of the regulation. Similar dispute was held in France but was interstate.

Considering court reasoning, tobacco industry's counterarguments and legal reasoning from WTO dispute *Australia vs Indonesia*, the author concluded that plain packaging is legitimate and proportional measures that countries can adopt in order to reduce the appeal of tobacco package, restrict misleading information from being presented on the package and increase the effect of health warnings. All aforementioned aspects contribute towards decrease of tobacco consumption and therefore the first hypothesis was proven to be correct.

The second hypothesis was also found true and the author concludes that Estonia should consider adopting plain packaging regulation as plain packaging has been proved to be effective and it serves the interest of public health.

The analysis identified main issues with the plain packaging. The first and most disputed aspect was restriction on the use of trademark. Neither French court nor WTO dispute panel has identified use of trademark to be absolute positive right but there is a right to register trademark. Limiting the use of trademark and allowing it to be displayed only in a standardised form is trade restrictive and obstruct to freedom to conduct business. On the other hand, restriction is not unreasonable and is justified due to protection of public health.

In Estonia, analogous proportionality test concerning trademark restriction was conducted in the context of restricting the display of trademarks at the point of sale. Chancellor of Justice found that as the restriction served the interest of public health, the measure was legitimate and proportionate to achieve the objective. Also, it was acknowledged that trademarks serve the purpose for advertising. Opinion by Chancellor of Justice allows to presume that in case of plain packaging debate, the reasoning will be similar.

Tobacco industry challenged plain packaging admissibility under Tobacco Directive in France. The directive already addresses packaging requirements but countries, including Estonia, are allowed to enforce stricter measures. It was found that the Tobacco Directive sets the bare minimum and the restrictions set to tobacco packaging do not achieve the same objective that plain packaging.

Another concern of tobacco industry has been reduced brand value and also the fact that consumers will not be able to differentiate brands from one another. Relevant studies have not found that brand value was lower after plain packaging. For example, in Australia, tobacco prices were increasing after implementation of plain packaging regulation and were explicitly increasing for prestigious brands. Also, brands remain distinguishable from one another as brand names will still be visible on the package.

Tobacco industry has offered various alternatives that are claimed to achieve same objective. Alternatives include increase of excise, raise the legal age limit for tobacco consumption and also further enhance national campaigns to raise awareness of hazardous health risks tobacco consumption conceals. Neither of the offered alternatives was considered as substitutive measure serving the exact same objective as plain packaging. Alternative measures are as trade restrictive as plain packaging because all measures result in decrease of tobacco consumption and therefore the overall import of tobacco would decrease. Also, the aforementioned measures would not contribute towards reducing the attractiveness of tobacco packaging and would neither help limit misleading information nor increase the effect of health warnings.

One of the most important question concerning plain packaging has been whether it is effective measure especially considering it's restrictive nature. Studies have shown that plain packaging have positive results from Australia and France. Consumers have claimed that they find plain package as dull and ugly and therefore not attractive. Many consumers have often asked package with a different health warning and hospitality industry acknowledges that tobacco packs are less visible in public places after plain packaging was introduced.

Also, it has been emphasised that plain packaging effect does not have to be determined in a precise manner and countries are allowed to have wide scope tobacco control policy. Plain packaging regulation does not have to be justified by specific results and it is acceptable that exact portion cannot be determined when analysing decrease in tobacco consumption. WTO panel noted in their judgement that battle against tobacco consumption is rather less as complex as efforts to stop global warming.

Author has recommended Estonia to adopt plain packaging in the future as this is proportionate and legitimate measure to reduce tobacco packaging attractiveness. In the context of Estonia, excise and national campaigns and also raising awareness through educational institutions was assessed from alternative measure perspective. It can be concluded that Estonian national campaigns and education for minors has been adequately addressed. No substantial gaps were identified that would suggest that amended content or other factors would have different effect than they have had in the past. Also, excise policy has been adequate and in Estonia excise cannot be increased without considering the effect that it may have on cross-border trade. As excise is important part of state budget and Estonia learned a similar lesson when increasing alcohol excise that resulted in massive cross-border trade and loss of tax revenue.

The author found that another common counterargument tobacco industry has raised is increased illicit trade as plain packaging enables less complex counterfeiting. Same argument

has been used by the industry when fighting against increase of excise. In the light of plain packaging, the industry suggested excise as alternative measure, therefore there are contradicting and somewhat backfiring arguments made by leading tobacco companies. Illicit trade on the other hand is not a viable argument against plain packaging as there are other means how to control and restrict illicit trade.

It was identified that tobacco industry has been using various techniques in order to form public opinion of plain packaging. In the United Kingdom and Australia, it was identified that tobacco companies provided monetary compensation for articles, research papers and also organisations that participated in the debate. Relevant organisations had seemingly no connection to tobacco companies and their financials were often non-transparent. In Australia, ties to tobacco companies were established in the case of market participant organisations who should have been representing solely the interests of retail traders.

Considering aforementioned arguments and strong opposition from tobacco industry, author emphasises the necessity to adequately prepare for plain packaging debate and ensure sufficient transition period. In Estonia, it can be claimed that tobacco policy has been comprehensive and restrictions for tobacco products have been introduced over time. Market participants interests have to be reasonably considered to prevent opposition from the industry.

Also, it is recommended that Estonia would conduct country specific impact assessment regardless of the fact that there is applicable data from other countries. Country specific assessment allows to prevent possible dispute as the tobacco industry will be unable to claim unreasoned implementation of the regulation. Estonia could learn from France in this case where despite comprehensive debate tobacco industry claimed that the plain packaging regulation lacked adequate impact assessment and also challenged formal validity of the law.

In Estonia, tobacco consumption has been an ongoing social problem. Therefore, plain packaging would help to contribute towards government objective to reduce tobacco consumption and help reduce attractiveness of tobacco products. Considering the fact that plain packaging has been recommended by World Health Organisation and plain packaging is allowed under Tobacco Directive, there is both legal justification and admissibility to introduce plain packaging law. Author emphasises that trademark restrictions are justified from the public health perspective and plain packaging is the only measure how to reduce attractiveness of tobacco packaging and it has been found most effective to affect young women and minors.

In conclusion, plain packaging has justified it's restrictive nature and various legal challenges have not managed to overrule neither justifiability of the plain packaging and nor it's legitimate

objective. It will be matter of time when Estonia and other countries that have not considered plain packaging regulation will open relevant discussion. Tobacco industry counterarguments have been adequately assessed when implementing the regulation and also during relevant disputes in court instances. So far, no argument has been sufficient enough that would claim plain packaging as illegitimate and disproportionate measures for the purpose to reduce tobacco consumption.

KASUTATUD KIRJANDUS

1. A Practical Guide to Policy Development and Drafting Legislation for Tobacco Plain Packaging. Plain Packaging of Tobacco Products, Toolkit. Campaign for Tobacco-Free Kids, November 2017. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccofreekids.org/assets/microsites/plainpackaging/Policy-Guides_Plain-Packaging-Toolkit_EN.pdf (23.02.2020)
2. Aktsiisipoliitika riskid, võimalused ja mõju majanduskeskkonnale piirikaubanduse tingimustes. Rahandusministeeriumi fakteleht. 13.03.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.rahandusministeerium.ee/et/eesmargidtegevused/maksu-ja-tollipoliitika/aktsiisid/aktsiisipoliitika-riskid-voimalused-ja-moju> (30.03.2020)
3. Asen, E. Cigarette Taxes in Europe. Tax Foundation. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://taxfoundation.org/cigarette-tax-europe-2019/> (05.04.2020)
4. Australia– Tobacco Plain Packaging (DS435, 441, 458, 467). WTO Dispute Settlement: One-Page Case Summaries – 1995–2016. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/1pagesum_e/ds467sum_e.pdf (19.03.2020)
5. Banks, M. Countries failing to implement EU tobacco products directive. The Parliament Magazine. 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.theparliamentmagazine.eu/articles/news/countries-failing-implement-eu-tobacco-products-directive> (28.03.2020)
6. Campaign for plain packaging. Make cigarette packs less attractive and prevent young people to take up smoking. Fondation contre de Cancer. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.cancer.be/campaign-plain-packaging> (20.04.2020)
7. Chapman, S. Freeman, B. Removing The Emperor’S Clothes: Australia And Tobacco Plain Packaging. Sydney University Press. 2014.
8. Carol, T. Hill, D. Australia’s National Tobacco Campaign. Tobacco Control. 2003. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/12/suppl_2/ii9 (20.03.2020)
9. Chen, M.L. Winickoff, J.P. Gottlieb, M. Retail Impact of Raising Tobacco Sales Age to 21 Years. Am J Public Health. November 2014. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4202948/> (06.04.2020)
10. Consultation On The Introduction Of Regulations For The Standardised Packaging Of Tobacco Products. Response Of British American Tobacco UK Limited. British American

- Tobacco. 2014, lk 31. Kättesaadav arvutivõrgus: [http://www.bat.com/group/sites/uk_9d9kcy.nsf/vwPagesWebLive/DO9DKJEB/\\$FILE/m edMD9MWB4B.pdf?openelement](http://www.bat.com/group/sites/uk_9d9kcy.nsf/vwPagesWebLive/DO9DKJEB/$FILE/m edMD9MWB4B.pdf?openelement) (03.02.2020)
11. DS467: Australia — Certain Measures Concerning Trademarks, Geographical Indications and Other Plain Packaging Requirements Applicable to Tobacco Products and Packaging. Maailma Kaubandusorganisatsiooni veebileht. Kättesaadaval arvutivõrgus: https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds467_e.htm (26.03.2020)
 12. Dunlop S.M, Dobbins T. Young J.M. Impact of Australia's introduction of tobacco plain packs on adult smokers' pack-related perceptions and responses: results from a continuous tracking survey. BMJ Open 2014, Vol. 4. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://bmjopen.bmj.com/content/bmjopen/4/12/e005836.full.pdf> (08.04.2020)
 13. EC, JT International SA, industrial operating company of tobacco and matches, Philip Morris company France SA and Others. The Council of State ruling. 23 December 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccocontrol.org/files/live/litigation/2525/FR_Japan%20Tobacco%20International%20an_3.pdf (18.0.2020)
 14. E-cigarette policy scan. Brazil. Institute for Global Tobacco Control. Johns Hopkins. Bloomberg School of Public Health. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://globaltobaccocontrol.org/e-cigarette/brazil> (06.04.2020)
 15. E-cigarette policy scan. Singapore. Institute for Global Tobacco Control. Johns Hopkins. Bloomberg School of Public Health. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://globaltobaccocontrol.org/e-cigarette/singapore>
 16. Eesti Konjunkturiinstituut. Tubakatoodete turg ja tarbimine Eestis. Aastaraamat 2017. Tallinn, 2017. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.sm.ee/sites/default/files/tubakatoodete_turg_ja_tarbimine_eestis_2017.pdf (29.03.2020)
 17. Ennetustöö kontseptsioon. Politsei- ja Piirivalveamet. September 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.politsei.ee/files/Ennetus/politsei-ja-piirivalveameti-ennetust-kontseptsioon-sept-2018-.pdf?40da87a884> (06.04.2020)
 18. Evidence Review 2.1. Tobacco-Free Kids veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccofreekids.org/microsites/plainpackaging/collecting-the-evidence/evidence-review> (08.04.2020)
 19. Forster, K. World's ugliest colour' used on cigarette packets to put smokers off. The Independent Online Newspaper. 2016 Kättesaadav arvutivõrgus:

- <https://www.independent.co.uk/news/world/australasia/worlds-ugliest-colour-revealed-pantone-448c-a7076446.html> (20.04.2020)
20. Gilmore, A.B. Tavakoly, B. Hiscock, R. Taylor, G. Smoking patterns in Great Britain: the rise of cheap cigarette brands and roll your own (RYO) tobacco. J Public Health. Oxford Press. 2015 Mar; 37(1).
21. Goodchild, M. Nargis, N. D'Espaignet, E.D. Global economic cost of smoking-attributable diseases. Tobacco Control. Geneva. 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/27/1/58.full.pdf> (20.03.2020)
22. Gruszczynski, L. Is the WTO plain packaging saga here to stay? Trade Pacts. Global Trade and Investment Advisors. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://tradeacts.com/news/is-the-wto-plain-packaging-saga-here-to-stay/> (07.04.2020)
23. Hatchard, J.L. Fooks, G.J. Gilmore, A.B. Standardised tobacco packaging: a health policy case study of corporate conflict expansion and adaptation. BMJ Open 2016, Vol. 6. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://bmjopen.bmj.com/content/bmjopen/6/10/e012634.full.pdf> (16.03.2020)
24. Health warnings on packages do work. Maaailma Terviseorganisatsioon. 2009. Kättesaadaval arvutivõrgus: <http://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/tobacco/world-no-tobacco-day/2009-tobacco-health-warnings/health-warnings-on-packages-do-work> (16.03.2020)
25. Herbec, A. Zatoński, M. Zatoński, W. Characterising smokers of menthol and flavoured cigarettes, their attitudes towards tobacco regulation, and the anticipated impact of the Tobacco Products Directive on their smoking and quitting behaviours: The EUREST-PLUS ITC Europe Surveys. EUREST-PLUS 2/2018 vol. 16. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.tobaccoinduceddiseases.org/Characterising-smokers-of-menthol-and-flavoured-cigarettes-their-attitudes-towards>,96294,0,2.html (27.03.2020)
26. Koolitused ja sündmused. Arhiiv. Tervise Arengu Instituut. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tai.ee/et/koolitused-ja-sundmused/category?limit=100&filter_search=suitsetamine&filter_order=l.city&filter_order_Dir=asc&task=archive&view=category (12.04.2020)
27. Kurg, I. Estonian Parliament Embraces Tobacco Harm Reduction but. NNA Smoke Free Estonia. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://innco.org/estonian-parliament-embraces-tobacco-harm-reduction/> (07.04.2020)

28. Memorandum from Lalive to Philip Morris International Management SA. Why Plain Packaging is in Violation of WTO Members' International Obligations under TRIPS and the Paris Convention. 23 July 2009.
29. Opposing arguments (and how to counter them). Tobacco-Free Kids veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccofreekids.org/microsites/plainpackaging/the-arguments/less-restrictive-alternative-measures> (03.04.2020)
30. Plain packaging cigarettes. Cancer Institute New South Wales. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.cancer.nsw.gov.au/how-we-help/cancer-prevention/stopping-smoking/plain-packaging-cigarettes> (07.04.2020)
31. Plain Packaging in the UK: Tobacco Company Opposition. Tobacco Tactics veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccotactics.org/index.php/Plain_Packaging_in_the_UK:_Tobacco_Company_Opposition (27.03.2020)
32. Plain packaging of Tobacco products. Evidence, Design and Implementation. Maailma Tervise Organisatsioon 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/207478/9789241565226_eng.pdf?sequence=1 (22.03.2020)
33. Plain packaging of tobacco products: measures to decrease smoking initiation and increase cessation. Maailma Tervishoiu Organisatsioon. 2014. Kättesaadav arvutivõrgus: http://www.euro.who.int/_data/assets/pdf_file/0011/268796/Plain-packaging-of-tobacco-products,-Evidence-Brief-Eng.pdf?ua=1 (04.03.2020)
34. Plain Packaging. Maailma Tervise Organisatsiooni veebileht. World No Tobacco Day 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/207478/9789241565226_eng.pdf;jsessionid=55662722CF8675BF2565912E881100D4?sequence=1 (10.03.2020)
35. Poliitikad. Tubaka tarvitamise vähendamine. Tervise Argengu Instituut. 30.12.2019. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://www.tai.ee/et/tegevused/tervise-edendamine/tubakatarvitamise-vahendamine/poliitikad> (23.04.2020)
36. Post-Implementation Review Tobacco Plain Packaging. Australian Government. Department of Health. 2016. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://ris.pmc.gov.au/sites/default/files/posts/2016/02/Tobacco-Plain-Packaging-PIR.pdf> (28.04.2020)
37. Preventing Tobacco Use Among Youth and Young Adults: A Report of the Surgeon General. United States Department of Health and Human Services. Office on Smoking and

- Health. Atlanta, 2012. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK99237/> (05.03.2020)
38. Price Rankings by Country of Cigarettes 20 Pack (Marlboro) (Markets). 2020. Numbeo veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.numbeo.com/cost-of-living/country_price_rankings?itemId=17&displayCurrency=EUR (17.03.2020)
39. Pricing and tax. Striking the right balance is crucial. British American Tobacco veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.bat.com/tax> (02.04.2020)
40. Sadilov, M. Õun, K. Maksustamine ja aktsiisid Eestis. Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž. Eesti Statistika Kvartalikiri 2/13. 2013. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.stat.ee/dokumendid/70127> (25.03.2020)
41. Scollo, M. Did the recommended retail price of tobacco products fall in Australia following the implementation of plain packaging?. Centre for Behavioural Research in Cancer, Cancer Council Victoria, Melbourne, Victoria, Australia, 2014. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/24/Suppl_2/ii90.full.pdf (15.03.2020)
42. Scollo, M. Lindorff, K. Coomber, K. Bayly, M. Wakefield, M. Standardised packaging and new enlarged graphic health warnings for tobacco products in Australia—legislative requirements and implementation of the Tobacco Plain Packaging Act 2011 and the Competition and Consumer (Tobacco) Information Standard, 2011. Tobacco Control, 2015, Vol 24. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/24/Suppl_2/ii9 (23.03.2020)
43. Scollo, M.M. Greenhalgh, E.M. Plain packaging as a solution to the misleading and promotional power of packaging. Tobacco in Australia: Facts and issues. Melbourne: Cancer Council Victoria, 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccoinaustralia.org.au/chapter-11-advertising/indepth-11a-packaging-as-promotion/11a-1-plain-packaging-as-a-solution> (10.04.2020)
44. Sigarettide salakaubavedu- EP hindab kokkulepet Philip Morrisega. Euroopa Parlamendi veebileht. 13.09.2007. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+IM+PRESS+20070906STO10166+0+DOC+XML+V0//ET> (20.04.2020)
45. Smith, C.N. Kraemer, J.D. Johnson, A.C. Mays, D. Plain packaging of cigarettes: do we have sufficient evidence?. Risk Management and Healthcare Policy. Dove Press 2015. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4396458/> (18.03.2020)

46. Sotsiaalministeerium. Tubakapoliitika roheline raamat. 2014. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.sm.ee/sites/default/files/contenteditors/eesmargid_ja_tegevused/Tervis/tubakas_2014.pdf (27.03.2020)
47. South Africa- Country Profile. Tobacco Tactics veebileht. Viimati uuendatud 05.02.2020. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccotactics.org/index.php?title=South_Africa-Country_Profile (04.04.2020)
48. Standardised or plain tobacco packaging. International Developments. Tobacco Free Kids veebileht. Viimati uuendatud 10.02.2020. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/standardized_packaging_developments_en.pdf (03.02.2020)
49. Tabac: la Ligue contre le cancer veut des paquets de cigarettes "neutres". LCI, TF1. 1 February 2012. Archived from the original on 12 February 2012. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://web.archive.org/web/20120212130556/http://lci.tf1.fr/filnews/science/tabac-la-ligue-contre-le-cancer-veut-des-paquets-de-cigarettes-6968916.html> (20.02.2020)
50. Tervisedendus. Tubakatooted ja teised sarnaselt kasutatavad tooted. Sotsiaalministeeriumi veebileht 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.sm.ee/et/tervisedendus> (01.04.2020)
51. The global cigarette industry. Campaign for Tobacco Free Kids. 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccofreekids.org/assets/global/pdfs/en/Global_Cigarette_Industry_pdf.pdf (15.04.2020)
52. The Role of the Media in Promoting and Reducing Tobacco Use. National Cancer Institute. Tobacco Control Monograph No. 19. Bethesda, MD: U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health, National Cancer Institute. NIH Pub. No. 07-6242, June 2008. Kättesaadav arvutivõrgus: https://cancercontrol.cancer.gov/brp/tcrb/monographs/19/m19_complete.pdf (23.03.2020)
53. Tobacco Key Facts. World Health Organisation Fact Sheet. Maailma Tervise Organisatsioon. 26 July 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/tobacco> (20.02.2020)
54. Tobacco Packaging Guidance. Guidance for retailers, manufacturers and distributors of tobacco products, enforcement agencies and the public on changes to tobacco packaging from 20 May 2016. UK Department of Health, March 2017. Kättesaadav arvutivõrgus: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/596139/Tobacco_Packaging_Guidance.pdf (17.04.2020)

55. Tobacco plain packaging. Australian Government Department of Health. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://www.health.gov.au/health-topics/smoking-and-tobacco/tobacco-control/tobacco-plain-packaging> (10.04.2020)
56. Tubakapoliitika rohelise raamatu elluviimise 2014. aasta tulemused. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.sm.ee/sites/default/files/content-editors/eesmargid_ja_tegevused/Tervis/tubakapoliitika_rohelise_raamatu_elluviimine.pdf (08.04.2020)
57. Tubakaseaduse ning alkoholi-, tubaka-, kütuse- ja elektriaktsiisi seaduse muutmise seadus 9 SE seletuskiri, lk 1. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.riigikogu.ee/tegevus/eelnoud/eelnou/7acdaeeb-0d52-4571-9763-bdf94f530588/Tubakaseaduse%20ning%20alkoholi-,%20tubaka-,%20k%C3%BCtuse-%20ja%20elektriaktsiisi%20seaduse%20muutmise%20seadus> (29.03.2020)
58. Tubakatarvitamise olukord ja trendid Eestis. Terviseinfo veebileht. 05.11.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.terviseinfo.ee/et/valdkonnad/tubakas/tubakatarvitamine/tubakatarvitamisest-eestis> (09.03.2020)
59. Tubakatoodete koostis ja pakend. Terviseameti veebileht. Kättesaadaval arvutivõrgus: <https://www.terviseamet.ee/et/kemikaaliohutus-tooteohutus/inimesele/tubakatooted/tubakatooted-koostis-ja-pakend> (19.04.2020)
60. Tubakatoodete väljapanekukeelu põhiseaduspärasus. 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.oiguskantsler.ee/sites/default/files/field_document2/Tubakatoodete%20v%C3%A4lpanekukeelu%20p%C3%B5hiseadusp%C3%A4rasus.pdf (17.04.2020)
61. V, Vara. The top countries demanding plain cigarette packaging. Packaging Gateway, 2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.packaging-gateway.com/features/top-countries-demanding-plain-packaging-cigarette/> (18.03.2020)
62. Wakefield, M. Coomber, K. Zacher, M. Durkin, S. Brennan, E. Scollo, M. Australian adult smokers' responses to plain packaging with larger graphic health warnings 1 year after implementation: results from a national cross-sectional tracking survey. BMJ Open, 2015. Kättesaadav arvutivõrgus: https://tobaccocontrol.bmj.com/content/tobaccocontrol/24/Suppl_2/ii17.full.pdf (27.03.2020)
63. WTO Disputes - Tobacco Plain Packaging. Australian Government. Department of Foreign Affairs and Trade. Viimati uuendatud oktoobris 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.dfat.gov.au/trade/organisations/wto/wto-disputes/Pages/wto-disputes-tobacco-plain-packaging> (14.04.2020)

KASUTATUD ÕIGUSAKTID

EESTI ÕIGUSAKTID

- 64. Gümnaasiumi riiklik õppekava.- RT I, 14.02.2018, 9
- 65. Põhikooli riiklik õppekava.- RT I, 14.02.2018, 8
- 66. Tubakaseadus.- RT I, 12.12.2018, 70.
- 67. Reklaamiseadus.- RT I, 12.12.2018, 61
- 68. Pakendiseadus.- RT I, 13.03.2019, 103.

RAHVUSVAHELISED ÕIGUSAKTID

- 69. Tööstusomandi kaitse Pariisi konventsioon.- RT II 1994, 4, 19
- 70. Leping tehniliste kaubandustõkete kohta.- RT II 1999, 22, 123
- 71. Rahvusvaheliste lepingute õiguse Viini konventsioon.- RT II 2007, 15.
- 72. Maailma Terviseorganisatsiooni (WHO) tubaka tarbimise leviku vähendamise raamkonventsiooni ratifitseerimise seadus. - RT II 2005, 15, 46
- 73. Intellektuaalomandi õiguste kaubandusaspektide leping.- RT II 1999, 22, 123

VÄLISRIIKIDE ÕIGUSAKTID

- 74. Administrative Order of March 21, 2016, on conditions for neutrality and uniformity of packaging and paper for cigarettes and rolling Tobacco. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/France/France%20-%20Administrative%20Order%20on%20Std.%20Pkg..pdf> (24.02.2020)
- 75. The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2015/829/contents> (23.04.2020)
- 76. The Standardised Packaging of Tobacco Products Regulations 2015. Schedule 1. Kättesaadav arvutivõrgus: <http://www.legislation.gov.uk/uksi/2015/829/schedule/1/made> (21.04.2020)
- 77. Tobacco Plain Packaging Regulations 2011. Select Legislative Instrument No. 263, 2011. Compilation No 3. 8.12.2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.legislation.gov.au/Details/F2018C00935> (23.03.2020)
- 78. Tobacco Control Laws veebileht. Health Warnings/Messages Features- Packaging and Labelling. Legislation by country: France. Viimati uuendatud 15.11.2019. Kättesaadav

arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/country/france/pl-health-warnings> (20.02.2020)

79. Tobacco Control Laws veebileht. Summary. Legislation by country: France. Viimati uuendatud 15.11.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/country/france/summary> (20.02.2020)
80. Tobacco Control Laws veebileht. Warnings/Messages Content - Packaging and Labelling. Legislation by country: France. Viimati uuendatud 15.11.2019. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/legislation/country/france/pl-content> (20.02.2020)

KASUTATUD KOHTUPRAKTIKA

81. Australia- Certain measures concerning trademarks, geographical indications and other plain packaging requirements applicable to tobacco products and packaging. Request for consultation by Indonesia. 20.09.2013. Kättesaadav arvutivõrgus: https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S009-DP.aspx?language=E&CatalogueIdList=119579&CurrentCatalogueIdIndex=0&FullTextHash=&HasEnglishRecord=True&HasFrenchRecord=True&HasSpanishRecord=True (04.03.2020)
82. France- Procedures plain packs. Appeal against the measure. Tobacco Control Laws veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/litigation/2525/FR_Japan%20Tobacco%20International%20an_1.pdf (09.03.2020)
83. Japan Tobacco International and Others v. Ministry of Health (plain packaging laws). Litigation by country: France. Tobacco Control Laws veebileht. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/litigation/decisions/fr-20161223-japan-tobacco-international-an> (25.04.2020)
84. Panel Report, Australia — Certain Measures Concerning Trademarks, and Other Plain Packaging Requirements Applicable to Tobacco Products and Packaging, WT/DS435/R, WT/DS441/R, WT/DS458/R, WT/DS467/R. 28 June 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://www.tobaccocontrolaws.org/litigation/decisions/au-20180628-australia---tobacco-plain-pack> (04.03.2020)
85. The High Court of Justice Decision Upholding the UK's Standardized Packaging Laws: Key Points for Other Jurisdictions. McCabe Center for Law and Cancer. Kättesaadav

arvutivõrgus: https://www.mccabecentre.org/downloads/McCabe_Centre_-_Key_Points_on_UK_plain_packaging.pdf (28.04.2020)

86. The WTO Panel Report in Australia – Plain Packaging: Findings and Implications. McCabe Centre for Law and Cancer, November 2018. Kättesaadav arvutivõrgus: <https://untobaccocontrol.org/kh/legal-challenges/wp-content/uploads/sites/7/2018/11/McCabe-Centre-paper-on-WTO-plain-packaging-panel-report.pdf> (28.02.2020)